СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Калининград
2006

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. ИММАНУИЛА КАНТА
ПРОЕКТ СГБМ «ЕВРОФАКУЛЬТЕТ — КАЛИНИНГРАДСКАЯ ИНИЦИАТИВА»

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Сборник научных трудов

Под редакцией профессора В.С. Бильчака

Калининград
Издательство Российского государственного университета им. Иммануила Канта
2006

УДК 339.924:332.135
ББК 65.9
С 40

Редакционная коллегия:
В.С. Бильчак (ответственный редактор) – д-р экон. наук, профессор, зав. каф. управления хозяйством экономического факультета;
А.М. Чуйкин — канд. экон. наук, доцент, зав. каф. маркетинга и коммерции, декан экономического факультета;
Ю. Блёх — профессор, директор Института экономики предприятия Гёттингенского университета (Германия);
В.В. Ивченко — д-р экон. наук, профессор, зав. каф. экономики народного хозяйства экономического факультета;
О.В. Прохорова (ответственный секретарь) — ассистент кафедры управления хозяйством экономического факультета

С40 Современные проблемы экономики Калининградской области: Сб. науч. тр. / Под ред. В.С. Бильчака. — Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2006. — 203 с.
ISBN 5-88874-721-1

Представлены статьи студентов старших курсов и аспирантов экономического факультета РГУ им. И. Канта. Сборник продолжает серию публикаций, подготовленных в рамках проекта Совета государств Балтийского моря «Еврофакультет – Калининградская инициатива». Его организаторами выступают Российский государственный университет имени Иммануила Канта, Гёттингенский университет (Германия), Роскилльский университетский центр (Дания), Лундский университет (Швеция), Тронхеймская бизнес-школа (Норвегия), Каунасский технологический университет (Литва).

Рассматриваются результаты исследований, посвященных теоретическим проблемам региональной экономики, прикладной и инновационной экономики, а также инвестиционной деятельности и развитию предпринимательства на эксклавной территории России.

Сборник адресован специалистам и практикам, занимающимся проблемами экономики и управления региональными и территориальными образованиями.

УДК 339.924:332.135
ББК 65.9

ISBN 5-88874-721-1
© Коллектив авторов, 2006

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие 9

Теоретические аспекты региональной экономики

Задорожный В.А. Управление бюджетными ресурсами в процессе сглаживания пространственной поляризации на внутрирегиональном уровне 11

Швыряев А.А. Роль внутрифирменного предпринимательства в развитии экономики региона 19

Каряева И.И. Типологизация регионов Российской Федерации на основе их стратегической конкурентоспособности 28

Хасанов А.Г. Особенности применения программно-целевого управления в стратегическом планировании малого предпринимательства 38

Мельников А.Н. Экономическое обоснование необходимости повышения нравственности 46

Степанов А.Ю. Формирование функциональной структуры управления инновационным проектом на основе системной модели 49

Никифорова И.В. Критерии и показатели продовольственной безопасности эксклавного региона .. 55

Мышко Ю.Г. Влияние трудовой дискриминации на деятельность организации 61

Борисов Д.В. Применение экспертных методов при изучении инфраструктуры предпринимательской деятельности 68

Прикладная и инновационная экономика

Бильчак Е.В., Шарошина Н.В. Формирование стратегий развития муниципальных образований эксклавной территории России (на примере МО «Город Калининград») 76

Смирнова Л.В. Определение приоритетов развития региональной экономики 83

Фролов И.В. Проект методики оценки конкурентоспособности сборочных предприятий 88

Шпак Е.М. Реструктуризация непрофильных бизнес-единиц промышленного предприятия 97

Шафранов В.В. Региональный рынок товаров длительного пользования (на примере Калининградской области 107

Плешкова Ю.Ф. Развитие интеграционных процессов между Калининградской областью и уездами Литовской Республики 113

Зайцев Д.С. Тенденции развития рынка телекоммуникационных услуг Калининградской области .. 118

Самарина Т.А. Диагностика социально-экономического развития (на примере Калининградской области 126

Носачевская Е.А., Качалова А.В., Токарева М.Н. Анализ основных тенденций развития мебельной отрасли Калининградской области 135

Михович Е.В. Сегментирование и позиционирование на рынке потребительских товаров (на примере рыболовецкого колхоза «За Родину») 142

Инвестиционная деятельность и развитие предпринимательства

Черкасова В.А. Методы сценарного планирования при управлении предпринимательскими рисками 153

Прохорова О.В. Конкуренция на рынке прямых иностранных инвестиций 164

Колосов В.А. Использование инвестиционных ресурсов в развитии приоритетных отраслей региональной экономики 174

Моргалюк О.В. Инвестиционный потенциал региона: характеристика базовых составляющих 182

Носачевская Е.А. Инвестиционный проект как инструмент повышения конкурентоспособности отечественной продукции 187

Голуб С.Е. Исторические аспекты развития предпринимательства в России 194

Вести диссертационного совета 201

CONTENTS

Foreword 9

Theoretic Aspect of the Regional Economy

Zadorozhny V.A. Management of budget resources in the process of evening-out of spacial polarization on the intraregional level 11

Shvyryayev A.A. The role of intra-company entrepreneurship in the development of region's economy ... 19

Karyayeva I.I. Typology of regions of the Russian Federation on the basis of their strategic competitiveness 28

Hasanov A.G. Peculiarities of application of program — and task-based management in strategic planning of small business 38

Melnikov A.N. Economic justification of the need to improve the morality 46

Stepanov A. Yu. Creation of functional structure of innovative project management on the basis of a system model 49

Nikiforova I.V. Criteria and indicators of food supply safety of the exclave region 55

Myshko Yu.G. Influence of the labor discrimination on an organization's activities 61

Borisov D.V. Application of expert methods in studying the infrastructure of entrepreneurial activity 68

Applied and innovative economics

Bilchak E.V., Sharoshina N.V. Creation of strategies for the development of municipal units within the exclave territory of Russia (using the Municipal Unit "City of Kaliningrad" as an example) 76

Smirnova L.V. Definition of regional economy's development priorities 83

Frolov I.V. Program of methods for assessment of competitiveness of assembly plants 88

Shpak E.M. Restructuring of non-specialized business units of an industrial enterprise 97

Shafranov V.V. Regional market of durable goods (using the Kaliningrad region as an example) 107

Pleshkova Yu.F. Development of integration processes between the Kaliningrad region and districts of the Lithuanian Republic 113

Zaitsev D.S. Development tendencies of the telecommunications market of the Kaliningrad region 118

Samarina T.A. Diagnostics of the socio-economic development (using the Kaliningrad region as an example) .. 126

Nosachevskaya E.A., Kachalova A.V., Tokareva M.N. Analysis of the major development tendencies of the furniture industry in the Kaliningrad region 135

Mikhovich E.V. Segmentation and positioning in the consumer goods market (using the fishing collective farm "Za Rodinu" as an example) 142

Investment activities and development of entrepreneurship

Cherkasova V.A. Scenario planning methods in management of entrepreneurial risks 153

Prokhorova O.V. Competition in the direct foreign investments market 164

Kolosov V.A. Use of investment resources in the development of priority fields of the regional economy 174

Morgalyuk O.V. Investment potential of the region: characteristic of the basic components 182

Nosachevskaya E.A. Investment project as an instrument of increasing the competitiveness of domestic product 187

Golub S.E. Historical aspect of development of entrepreneurship in Russia 194

News of the thesis board 201

ПРЕДИСЛОВИЕ

Ввиду уникальности географического положения Калининградской области особую значимость и актуальность приобретают исследования по современным проблемам экономики и управления этой эксклавной территорией России. Научных публикаций по данным вопросам очень много в изданиях регионального и федерального уровней. Как положительный факт хочется отметить, что в последние годы написано немало монографических исследований по проблемам развития Калининградской области. Однако больше всего радует, что актуальными исследованиями, посвященными эксклавному региону, все активнее занимаются молодые ученые и студенты. В данном сборнике представлены публикации аспирантов и студентов экономического факультета РГУ им. И. Канта, подготовленные в рамках образовательного проекта «Еврофакультет — Калининградская инициатива».

Рассматриваемые вопросы экономики и управления Калининградской области распределены по разделам «Теоретические аспекты региональной экономики», «Прикладная и инновационная экономика» и «Инвестиционная деятельность и развитие предпринимательства».

Очень интересным представляется анализ аспектов развития предпринимательской активности в регионе. Одним из подходов к решению проблемы инновационной активности средних и крупных организаций является использование потенциала внутрифирменного предпринимательства, другим — совершенствование управления предприятиями малого бизнеса на основе применения программно-целевого управления.

Часть статей сборника посвящена исследованию инвестиционной деятельности, инвестиционного потенциала региона, характеристике его основных составляющих; критериев, применяемых для оценки и анализа инвестиционной привлекательности регионов; изучению проблемы выбора приоритетов развития региона с учетом анализа динамики инвестиционной деятельности в нем и исследования структуры формирования инвестиций в экономику области, их отраслевого распределения.

Следует отметить, что в региональных исследованиях особое внимание уделяется проблеме продовольственной безопасности, изучению вопросов развития интеграционных процессов с участием Калининградской области и уездов Литовской Республики, аспекту развития региональных рынков товаров длительного пользования и телекоммуникационных услуг.

Очень важно, что сейчас на повестку дня выдвигаются изучение вопросов нравственного оздоровления российского общества, исследование влияния трудовой дискриминации на деятельность организаций. Интересным и полезным представляется и обоснование необходимости разработки практического механизма создания и развития институциональной базы негосударственного пенсионного обеспечения на территории Калининградской области.

Кроме того, молодые авторы анализируют проблемы отдельных сфер и отраслей региональной экономики и предлагают пути их решения.

В.С. Бильчак,
ответственный редактор,
д-р экон. наук, проф. кафедры
управления хозяйством
РГУ им. И. Канта

В.А. Задорожный,
ассистент, РГУ им. И. Канта

УПРАВЛЕНИЕ БЮДЖЕТНЫМИ РЕСУРСАМИ В ПРОЦЕССЕ СГЛАЖИВАНИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ПОЛЯРИЗАЦИИ НА ВНУТРИРЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Социально-экономическое развитие территории региона в пространственном аспекте осуществляется неравномерно — существуют как территории «локомотивы», «точки роста», так и депрессивные территории. Процесс сглаживания пространственных неравномерностей обусловливается дифференциацией налогового потенциала территорий, необходимостью обеспечить населению региона одинаковый уровень социальных благ, целесообразностью развития отсталых территорий. Одним из механизмов сглаживания является территориальное распределение бюджетных ресурсов, которое осуществляется в рамках межуровневых отношений. В целях эффективной организации межбюджетных отношений определяются содержание, цели, задачи, принципы, инструменты и алгоритм эффективного распределения бюджетных ресурсов.

Social and economic development of the region's territory from the spacial aspect goes unevenly — there are "locomotive" territories, "growth points" as well as depression territories. The process of evening-out of spacial irregularities is stipulated by the differentiation of the taxation potential of the region, the need to provide for equal level of social benefits for the population, expediency of development of the lacking-back territories. One of

the evening-out mechanisms is territorial distribution of the state budgetary resources exercised within the inter-level relations. The contents, goals, tasks, principles, instruments and algorithm of the efficient distribution of state budgetary resources are defined in order to organize the inter-budgetary relations efficiently.

Политические преобразования в 1990-х годах привели к изменениям в социально-экономическом устройстве российского государства. Изменения коснулись и содержания региональной политики, проводимой на федеральном и региональном уровнях управления.

В региональной науке периода Советского Союза можно выделить три основные проблемы, которые рассматривались отечественными учеными: закономерности, принципы и факторы размещения производительных сил, экономическое районирование, методы планирования и регулирования территориального и регионального развития. Советская школа ориентировалась на обобщение эмпирики и решение задач, поставленных практикой того времени и теми реалиями. Фактическим решением задачи проведения региональной политики была теория единого народнохозяйственного комплекса.

В зарубежной науке исследование различных аспектов неоднородности социально-экономического развития территорий государства осуществлялось преимущественно с точки зрения теорий экономического и бюджетного федерализма, государственного регулирования экономики, налогообложения, теорий общественного сектора и государственных финансов.

В условиях развития России как федеративного государства, становления и местного самоуправления межуровневые отношения и бюджетные ресурсы становятся «центральным местом» содержания региональной политики. С 1990-х годов в отечественной региональной науке стало уделяться значительно больше внимания именно бюджетным механизмам и инструментам сглаживания пространственных диспропорций, организации межуровневых отношений. Соответственно объектом научных исследований стали экономически обоснованное раз-

граничение доходных источников, расходных полномочий, эффективное применение инструментов сглаживания пространственной поляризации — фондов поддержки субъектов Федерации, развития, реформирования и других, в основном на федеральном уровне. Социально-экономическая пространственная поляризация на внутрирегиональном уровне оказалась по большому счету вне области исследований, и на практике регионы решали данную проблему самостоятельно, фрагментарно используя методические наработки Федерации. В то время как практика развития регионов требовала применения инструментов сглаживания с учетом территориальных особенностей, их исследования, обобщения и методического обеспечения.

Анализ основных подходов к рассмотрению пространственной неравномерности и их проецирование на внутрирегиональный уровень позволяет определить процесс сглаживания пространственной поляризации как систему мер по уменьшению несоразмерностей в социально-экономических условиях развития муниципальных образований внутри региональной системы. Пространственная экономическая неоднородность региона обобщенно выражается в дифференциации доходного потенциала территории. Деятельность региональных органов власти по сглаживанию пространственных диспропорций с помощью бюджетных инструментов и механизмов можно охарактеризовать как процесс управления ресурсами бюджетной системы региона путем их рационального пространственного распределения в целях уменьшения несоразмерностей в социально-экономических условиях развития территорий муниципальных образований внутри региональной системы.

В основе системы управления бюджетными ресурсами региона находится совокупность принципов, применяемых при рассмотрении проблем использования и воспроизводства различных групп экономических ресурсов. К таковым принципам, прежде всего, следует отнести: достаточность ресурсов; оптимизацию их структуры; наличие перспективы использования; множественность вариантов использования; сочетание системного и избирательного подходов при управлении использованием ресурсов.

Взаимодействие региональной власти с муниципальной по пространственному распределению экономических ресурсов формализовано в рамках межбюджетных отношений. Разграничение доходных источников и расходных полномочий между уровнями управления подчиняется объективным экономическим принципам. Сглаживание различий в доходных потенциалах муниципальных образований осуществляется с помощью механизмов закрепления доходной базы за уровнями управления или предоставления трансфертов. При этом необходимо разграничивать два аспекта процесса сглаживания пространственной поляризации. Первый связан с бюджетным выравниванием, второй — с экономическим стимулированием развития доходного потенциала, проведения эффективной социально-экономической политики муниципальной властью.

Анализ применения бюджетных инструментов и механизмов сглаживания социально-экономической пространственной поляризации в зарубежных странах показывает многообразие практик организации межуровневых отношений в рамках проводимой региональной политики и наличие характерных национальных элементов в каждом отдельном случае. Однако очевидно и то, что межбюджетные отношения являются неотъемлемой составляющей проводимой региональной политики. Нивелирование социально-экономической поляризации базируется на создании механизмов сглаживания и применении бюджетных инструментов, организации эффективной системы управления рациональным распределением бюджетных ресурсов. Управление сглаживанием с помощью бюджетных инструментов и механизмов — не просто приведение какого-либо показателя к определенному значению или интервалу значений, а процесс, позволяющий в комплексе с другими составляющими социально-экономической политики влиять на развитие территории.

Процесс распределения территориальных ресурсов может быть классифицирован по направлениям представленным на рисунке 1.

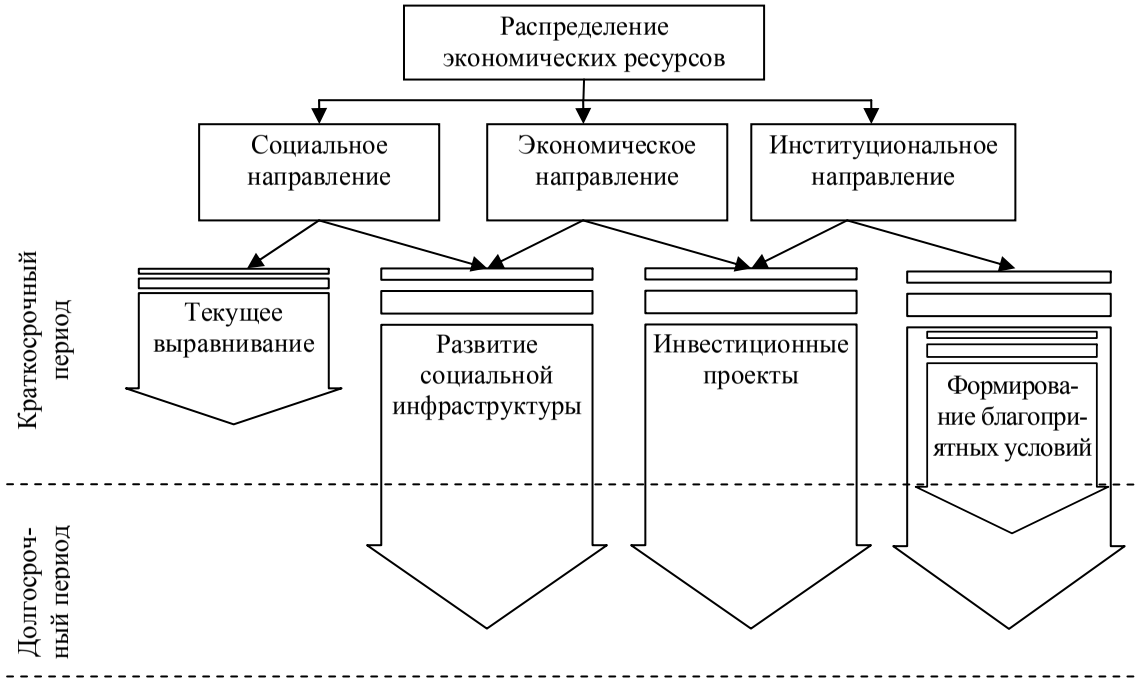

Рис. 1. Классификация процесса сглаживания пространственной поляризации

Экономика региона базируется на факторах, которые определяют возможности ее развития: население, трудовые ресурсы, формы расселения, социальная инфраструктура, демографическая структура, природные ресурсы, состояние окружающей среды, объем и качественный уровень средств производства, организация общественного производства, планирование и управление общественным производством, хозяйственный механизм и т. д. Факторы внутренней среды можно разделить на две группы: первая — элементы производительных сил, формирующих и определяющих состояние системы и уровень развития на соответствующий момент времени; вторая — внутренние процессы, воздействующие на динамику этой системы, сообщающие ей ускорение, обусловливающие эффективность ее развития и функционирования. Исходное состояние муниципального образования, описанное в индикаторах социально-экономического развития, определяет вектор принятия управленческих решений, направленных на развитие территорий. Управленческое воздействие может уменьшить пространственные диспропорции в целом или локально и изменить темпы внутрирегиональной территориальной дифференциации.

Уровень взаимодействия функциональной и обеспечивающей подсистем в рамках структуры управления определяет интенсивность изменений состояний региональной системы в процессе сглаживания пространственной поляризации. Важное значение имеют обеспечение информационного взаимодействия между органами власти и достижение низкого уровня конфликтности, порождаемой конкуренцией между региональным и муниципальным уровнями и между муниципальными образованиями. В этой связи необходимо обеспечение прозрачности и формализации взаимоотношений внутри региональной системы. Одно из значимых требований к данной системе — наличие независимых профессиональных участников, которые должны повысить уровень обсуждения проблемы и конструктивность диалога, снизить конфликтность внутри системы, «защитить интересы» и региона, и муниципальных образований.

Комплексная оценка муниципальных образований позволит определить внутренний организационно-управленческий потенциал территории. Приоритетность и степень важности каждого из факторов, как и совокупность самих факторов, определяется экспертным методом. Таким образом, можно говорить о формировании исходной матрицы параметров показателей и индикаторов социального, экономического, организационно-управленческого характера, представленных с учетом существующего бюджетного классификатора в разрезе муниципальных образований. На ее основе можно выявить складывающиеся асимметрии в развитии муниципальных образований региона, оценить их положение и осуществить ранжирование.

Внешняя среда усиливает общую степень неопределенности при принятии управленческих решений. Учет факторов внешней среды приводит к повышению «прочности» системы распределения через корректировку объемов распределяемых по различным направлениям ресурсов, определение и согласование перечня проводимых мероприятий, обоснованное формирование стабилизационных фондов, что позволит смягчить негативные воздействия внешней среды. Проведение процедур сглаживания опирается на систему мониторинга факторов социально-экономического развития региона, в том числе в территориально-отраслевом разрезе.

Процесс сглаживания пространственной поляризации реализуется в двух аспектах перераспределения экономических ресурсов через бюджетную систему — краткосрочном и долгосрочном. Данное разделение в большой степени обусловлено особенностями воспроизводственного процесса в отраслях социальной сферы и хозяйственного сектора. В первом случае речь идет о выравнивании текущих возможностей в предоставлении общественных благ населению на определенном уровне, во втором — об экономическом развитии территорий региона, создании стимулирующих предпосылок, способствующих развитию доходного потенциала территорий, повышении уровня жизни населения.

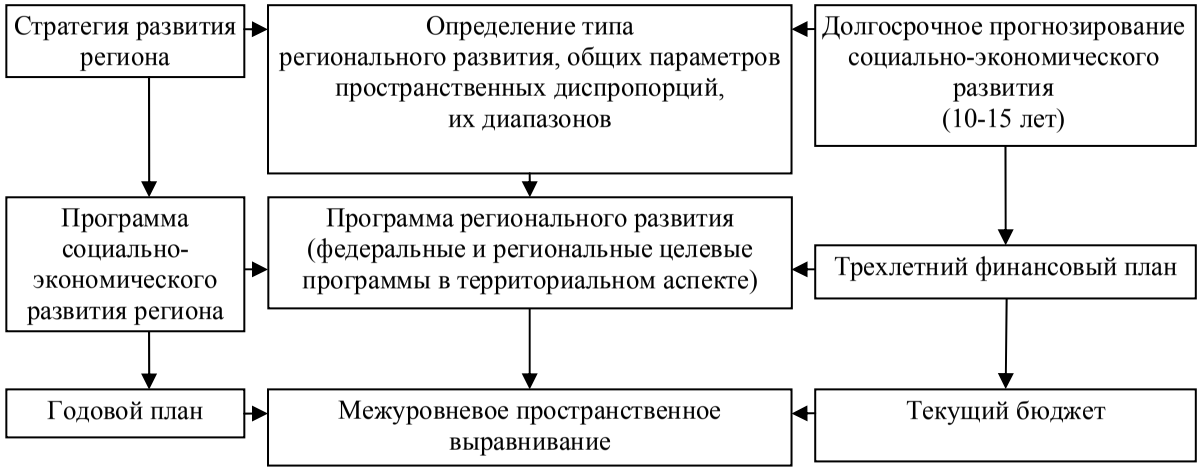

Рис. 2. Взаимосвязь социально-экономического прогнозирования, финансового планирования и пространственного выравнивания

Определенное внимание должно быть уделено процессам сглаживания, осуществляемым в рамках капитальных вложений в социальную, инженерную, производственную инфраструктуру, которая оказывает мультипликационный эффект на развитие территории.

Движение бюджетных ресурсов происходит в процессе межуровневых отношений. При этом в целях реализации комплексного подхода в сглаживании пространственной поляризации, его временной последовательности необходимо, чтобы на каждом этапе социально-экономического планирования и прогнозирования находили свое отражение пространственные территориальные аспекты развития. Схема интеграции социально-экономического прогнозирования, финансового планирования и пространственного выравнивания представлена на рисунке 2.

Таким образом, в данном контексте реализуется комплексная интеграция механизмов распределения бюджетных ресурсов в целях реализации текущих обязательств перед населением городов и районов, вложения инвестиционных ресурсов, формирования благоприятного хозяйственного климата в едином процессе. Это позволит получить синергетический эффект и оптимизировать (в рамках как региона, так и муниципальных образований) структуру распределения бюджетных ресурсов. Эффективность их применения будет проявляться в гармоничном развитии муниципальных образований, снижении диспропорций в социально-экономическом развитии территориальных единиц региона, повышении их самостоятельности и обеспеченности бюджетными ресурсами, росте внутреннего регионального продукта, инвестиций, активизации предпринимательской деятельности.

А.А. Швыряев,
аспирант, РГУ им. И. Канта

РОЛЬ ВНУТРИФИРМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Рассмотрены аспекты развития предпринимательской активности в регионе. Одним из подходов к

решению проблемы инновационной активности средних и крупных организаций является использование потенциала внутрифирменного предпринимательства, которое требует особого метода управления и основные положения которого приведены в статье.

The works reviews the aspect of development of entrepreneurial activities in the region. Usage of intra-company entrepreneurship potential, requiring special management method and the main provisions of which are presented in the article, is one of the approaches to find a solution of a problem of innovation activities of medium and large organizations.

В развитии экономики любого региона, в том числе и Калининградской области, большую роль играет предпринимательская активность ее субъектов. Известно, что предпринимательство в совокупности с конкуренцией является тем регулятором, который совершенствует рыночную конъюнктуру и в конечном итоге повышает уровень жизни. В то же время известно, что средние и крупные организации являются более инертными и менее адаптивными в сравнении с малыми предпринимательскими структурами, с которыми связывается развитие экономики. Одним из подходов к решению проблемы инновационной активности средних и крупных организаций является использование предпринимательского потенциала работников, изыскание возможности мотивации и организации предпринимательской деятельности внутри действующего предприятия. Одновременное использование предпринимательского потенциала работников всех уровней позволяет эффективнее — а значит, более быстрыми темпами — внедрять внутрифирменные инновации. Большая эффективность связана с тем, что именно специалист в своей области, коими в большинстве случаев являются менеджеры среднего и низшего звена, хорошо знакомый с оперативной текущей обстановкой на своем участке, способен принимать максимально эф-

фективные и адекватные решения на своем уровне. В том числе и связанные с выявлением необходимости и внедрением инноваций.

Важность предпринимательской деятельности внутри действующих предприятий для экономики региона обусловливается преимуществами, которыми обладает интрапренер по сравнению с независимым предпринимателем, что в итоге отражается на качестве результата и сроках реализации инвестиционных проектов. Это, прежде всего, использование капитала предприятия-учредителя, организационно-технологической помощи при реализации предпринимательского проекта, возможности получения помощи в форс-мажорных ситуациях, использование структуры системы продвижения и сбыта предприятия-учредителя, имеющегося опыта, маркетинга и т.д. Эти преимущества дают основания предполагать, что использование предприятиями внутрифирменного предпринимательства позволяет развиваться экономике региона более быстрыми темпами.

Внутрифирменное предпринимательство требует особого метода управления. Предлагаемый метод развития интрапренёрства имеет в качестве своей основы сбалансированную систему показателей (ССП). Рассматривая ССП с точки зрения системы управления, можно выделить следующие управленческие функции, которые она выполняет. Разработка целей и показателей каждого аспекта деятельности фирмы реализует собой *функцию планирования. Мотивационная функция* выстраивается за счет двух уровней мотивации работников. Мотивация первого уровня — это прямая мотивация, представляющая собой вознаграждение за выполнение показателей ССП. Второй уровень мотивации связан с тем, что ССП ставит перед работниками конкретные задачи, позволяет видеть результаты деятельности, выраженные в выполнении показателей, разъясняет значимость их деятельности для функционирования всего предприятия, что обеспечивает внутреннюю мотивацию в соответствии с моделью Портера-Лоулера. Периодический контроль за выполнением показателей и достижением целей ССП соответствует управленческой *функции контроля.*

Для реализации управления внутрифирменным предпринимательством к четырем рассматривающимся стандартной ССП аспектам деятельности фирмы возможно добавить пятый — аспект совершенствования и инноваций. Этот аспект и соответствущие ему показатели деятельности организации дополняют остальные аспекты, включенные в традиционную ССП и вливаются в причинно-следственную цепочку взаимосвязей между ними. Дополнение позволяет сфокусироваться на развитии организации через внедрение инноваций в рамках внутрифирменного предпринимательства.

Рассмотрим причинно-следственную связь показателей ССП конкретного предприятия (рис. 1).

Руководство ОАО «Завод ЖБИ-2» поставило перед собой задачу одновременного экстенсивного развития и снижения себестоимости конечной продукции. В связи с этим менеджеры установили следующие ключевые показатели финансовой составляющей ССП: выручка, рентабельность продукции.

Экстенсивное развитие подразумевает увеличение продаж и расширение клиентской базы. Показатели аспекта отношения с клиентами, характеризующие эти цели: доля рынка, количество новых клиентов-строительных организаций, индекс сохранения клиентской базы (рассчитывается как отношение количества клиентов-строительных организаций в отчетном периоде за вычетом новых клиентов к количеству клиентов в предыдущем периоде). Также в этом аспекте поставлена цель максимальной удовлетворенности запросов клиентов. Показатель удовлетворенности запросов клиентов рассчитывается как среднее значение результатов анкетирования основных клиентов предприятия.

Эти цели, а также снижение себестоимости продукции требуют совершенствования внутренних бизнес-процессов на предприятии. Были выбраны следующие стратегические цели в этом направлении: своевременное удовлетворение потребностей строителей в продукции своего профиля. Для этого исследовались соответствующие показатели: количество организаций, чей спрос не обеспечивается по времени (равный сумме неудовлетворенных заявок от разных потребителей за анализируемый период); эффективное использование оборудования

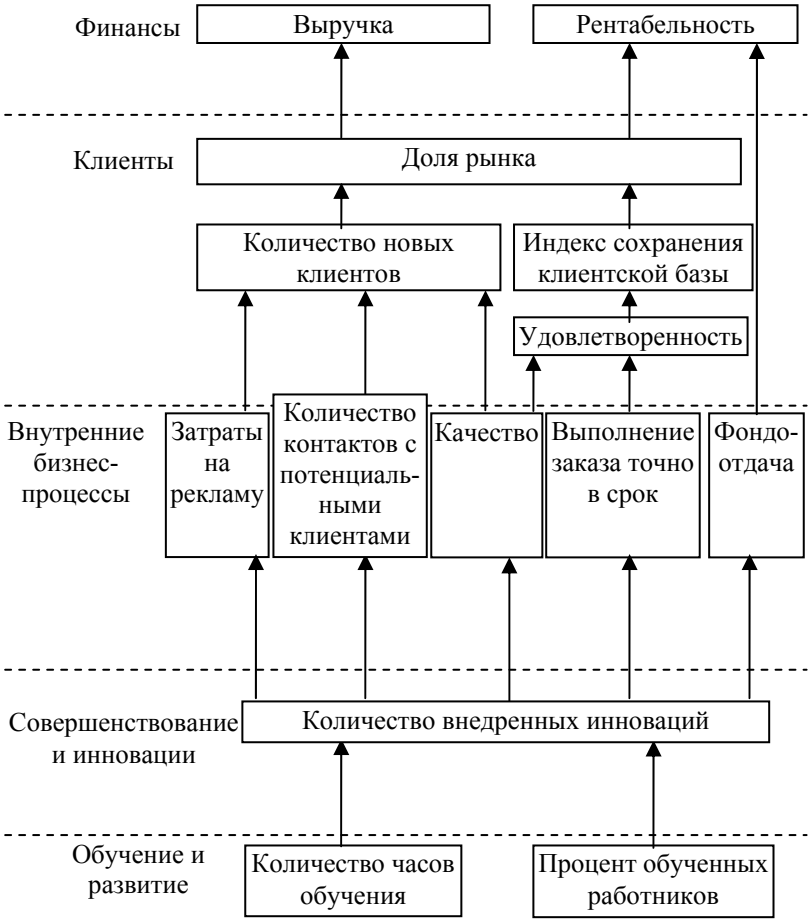

Рис. 1. Взаимосвязь показателей ССП ОАО «Завод ЖБИ-2»

предприятия; фондоотдача (определяется отношением объема выпущенной продукции за расчетный период времени к общей среднегодовой стоимости всех производственных и оборотных фондов); повышение качества производимой продукции. Показатели: количество рекламаций на продукцию, количество забракованной и отправленной на доработку продукции; увеличение маркетинговой активности, связанной с привлечением новых клиентов; затраты на рекламу, количество прямых контактов с потенциальными клиентами по собственной инициативе.

В улучшении внутренних процессов предприятия существенная роль отводится инновационному развитию, причем цели и показатели в аспекте внутренних бизнес процессов четко задают направления внутрифирменных инноваций. Основной показатель здесь — количество внедренных предложений.

Повышение уровня квалификации и получение новой информации предполагает изменение роли и ответственности работников, что влечет за собой рост инновационной активности. Руководством были утверждены следующие показатели в этом аспекте деятельности предприятия, связанном с персоналом: количество часов, затраченное на обучение и повышение квалификации; процент обученных работников (нарастающим итогом с начала года).

Доведенные до сотрудников цели и показатели ССП позволяют им видеть, каким образом показатели каждого аспекта деятельности предприятия влияют на достижение финансовых показателей и какая роль отводится предпринимательству.

Таким образом, ССП решает следующие задачи управления внутрифирменным предпринимательством: задает направление инноваций, соответствующее стратегии компании; создает эффективные коммуникации; мотивирует работников; создает систему контроля и обратной связи.

Однако, реализовывая функции планирования, мотивации и контроля, ССП как метод управления не включает в себя организационные инструменты, связанные с внедрением предложенных нововведений. Отдельно разрабатывалась ор-

ганизационная составляющая внедрения внутрифирменных инноваций, предусматривающая создание внутриорганизационных правил, которые регламентировали экспертизу и принятие решений о внедрении предлагаемых инноваций, делегирование полномочий по реализации и поощрение конкретного внутрифирменного предпринимателя.

Ввиду того, что внутрифирменные инновации могут носить различный характер, механизм их внедрения, соответственно, различен. Представленная на рисунке 2 последовательность внедрения инноваций основана на приводимой ниже классификации нововведений.

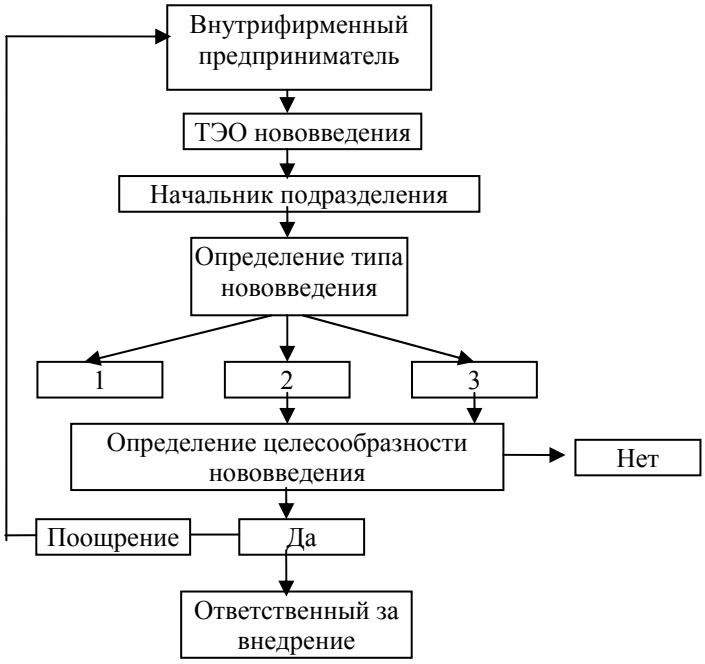

Рис. 2. Последовательность внедрения нововведений разных типов

Первый тип. Инновации, связанные с усовершенствованием имеющихся технологических, организационных и управленческих процессов, требующие незначительных или не требующие дополнительных инвестиций либо технической реконструкции.

Такого рода нововведения, как правило, находятся в компетенции начальника отдела, поэтому экспертное решение о внедрении может быть принято в рамках этого отдела. Реализация инновации также может выполняться силами отдела. Примером могут служить следующие нововведения: изменение метода строповки, позволяющее перемещать больше груза одновременно; уменьшение расхода клея за счет нанесения его только на необходимые участки; внедрение периодического анкетирования с целью получения информации для максимального удовлетворения потребностей клиентов и т. п.

Как правило, инициаторами подобных нововведений становятся непосредственно работники отдела или цеха, включая производственных рабочих. Вознаграждением предпринимателей в этом случае может служить единовременная премия либо увеличение заработной платы на постоянной основе. Последнее особенно уместно в тех случаях, когда работник изобретает дополнительный рабочий процесс или операцию и сам становится ее исполнителем.

Второй тип. Инновации, связанные с усовершенствованием продукта, расширением имеющегося ассортимента продукции, а также с усовершенствованием имеющихся технологических, организационных и управленческих процессов и требующие значительных инвестиций или технической реконструкции, выходят за рамки компетенции начальника отдела и требуют согласования, для чего формируется экспертный комитет, состав которого зависит от специфики инновации. Комитет формируется на периодических или внеплановых оперативных рабочих совещаниях. При принятии положительного решения о внедрении инновации назначаются ответственные за ее реализацию и выделяются необходимые материальные средства. Примером может служить усовершенствование

оборудования элемента технологической цепочки, внедрение новой химической добавки, позволяющей улучшить свойства продукта, разделение обслуживания по категориям клиентов: общее и VIP — и т. д. Инициаторами подобных нововведений, как правило, становятся работники отделов, имеющие специальное образование и опыт. Вознаграждением предпринимателей служит единовременная премия либо увеличение заработной платы на постоянной основе.

Третий тип. Инновации по разработке нового бизнес-направления, связанного либо не связанного с имеющимися бизнес-направлениями. Следует заметить, что третий тип инноваций может быть не предусмотрен или частично предусмотрен стратегией конкретной организации. В качестве примера можно привести организацию услуг ремонта автотехники в транспортном цехе, обладающем собственной ремонтной базой. В роли предпринимателей в данном случае выступают работники, обладающие желанием и необходимой квалификацией для реализации предложенных ими проектов. Наиболее вероятные кандидатуры — начальники отделов и их заместители. Решение о разработке нового направления принимается высшим управленческим составом предприятия. Реализация проекта нового бизнес-направления и, возможно, дальнейшее руководство им доверяется самому предпринимателю. Важным моментом здесь является материальная ответственность предпринимателя за результаты проекта и вознаграждение в виде заранее определенного процента от прибыли, полученной от этого бизнес-направления. Следует отметить, что реализация подобных инноваций связана с формированием децентрализованной структуры — дочернего предприятия. При этом оно имеет собственную организационную структуру и стратегию развития.

Организационная составляющая управления внутрифирменным предпринимательством в комплексе с дополненной ССП составляют основу предлагаемого метода управления внутрифирменным предпринимательством. В результате практической апробации этого метода в ОАО «Завод ЖБИ-2» значительно повысилась инновационная активность работников и были реализованы и

утверждены к внедрению некоторые нововведения, способствующие развитию и повышению конкурентоспособности, а также достижению стратегических целей предприятия, что свидетельствует об эффективности предложенного метода.

На предприятии внедрены нововведения в различных сферах деятельности, в том числе в обслуживании потребителей, в технологии производства; также расширена номенклатура изделий. Это дает возможность говорить о качественных изменениях и развитии промышленности строительных материалов как отрасли в рамках экономики региона. Таким образом, используя внутрифирменное предпринимательство, средние и крупные предприятия задают способ собственного развития, предпочтительный не только на корпоративном уровне, но и для экономики региона в целом.

И.И. Каряева,
аспирантка, РГУ им. И. Канта

ТИПОЛОГИЗАЦИЯ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ОСНОВЕ ИХ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Представлена типологизация регионов России, анализ их дифференциации по различным показателям социально-зкономического развития. Проведена оценка конкурентоспособности регионов России, на основе интегральных индикаторов и коэффициентов.

The work presents typology if Russia's regions, analysis of their differentiation by various socio-economic development indicators. The author performs an assessment of competitiveness of Russia's regions based on integral indicators and coefficients.

Типологизация регионов России, анализ их дифференциации по различным показателям социально-экономического раз-

вития стали одними из ключевых направлений исследований в быстро развивающейся российской региональной экономике.

Для выработки и реализации целенаправленной региональной политики и территориального хозяйственного механизма, в частности государственных региональных программ, бюджетных трансфертов, а также для проведения регулярного мониторинга экономического состояния регионов возникает потребность в определении различных типов регионов, то есть в выявлении регионов, требующих особого внимания государства ввиду их стратегической важности или бедственного положения [3].

Регионы могут выделяться по различным признакам, в зависимости от целей типологии. В данной статье регионы будут ранжированы по уровню их стратегической конкурентоспособности.

В условиях рыночных отношений, когда наблюдается стабильный экономический рост в стране и ее отдельных регионах, объективно возникают и утверждаются стратегические аспекты конкуренции, где главными действующими силами становятся не предприятия, а регионы.

Регионы, обладающие отдельными заметными преимуществами (наличие ресурсов, научно-образовательного, инновационного потенциалов и др.), создают условия, при которых размещение в них производств позволяет последним снизить издержки, создавать новые виды продукции (услуг) и конкурировать на мировых и внутренних рынках.

Конкуренция между регионами заключается в соревновании их экономических, социальных, экологических и других систем. Успехи территорий во всех этих сферах определяют их силу и конкурентоспособность. Региональная конкуренция является важнейшим фактором, стимулирующим повышение эффективности национальной экономики [1].

Наличие региональных конкурентных преимуществ, таких как совокупность природных, социально-экономических, научно-образовательных, технических, информационных, культурных и институциональных условий, сложившихся в регионе, отличает его от других и определяет долгосрочные пер-

спективы производства товаров и услуг. Они становятся конкурентными позициями регионов в условиях, когда размещение и функционирование сфер хозяйственной деятельности зависит от того, насколько региональные преимущества могут повлиять на становление конкурентных производств в регионе.

Основными целями и задачами типологизации регионов на основе стратегической конкурентоспособности являются:

— оценка нынешнего состояния экономики и уровня развития региона;

— оценка потенциала и перспективы дальнейшего развития региона;

— выявление общих и специфических факторов развития;

— способствование выбору стратегии развития региона.

Типологизация регионов — один из инструментов изучения межрегиональной дифференциации, в наибольшей степени соответствующий тем задачам и функциям, которые традиционно закреплены за региональными (местными) правительствами. В целом разработка соответствующей типологии служит условием для эффективной адаптации к местным условиям разрабатываемой на федеральном уровне политики [3].

Для построения классификации необходимо провести анализ стратегической конкурентоспособности регионов Российской Федерации. Анализ проведен для 79 регионов России, за исключением 9 автономных округов и Чеченской республики — из-за недостатка статистической информации.

Для оценки конкурентоспособности возможно использование различных методов, построенных на основе статистических показателей, сводных индикаторов, экспертных оценок, рангов, а также смешанных. Поэтому оценка данного многогранного явления может быть выполнена в различных аспектах в зависимости от решаемых задач. В данном случае использован смешанный метод.

В результате исследований был выбран комплекс показателей оценки конкурентоспособности региона, который базируется на официальной статистической отчетности, а также на показателях, рассчитанных на ее основе. Был составлен набор

показателей, характеризующий состояние четырех основных индикаторов развития региона: уровень жизни населения, инвестиционная привлекательность, инновационная активность и уровень развития региона.

Для характеристики уровня жизни населения отобраны следующие показатели: покупательная способность населения, доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, уровень безработицы. К показателям инвестиционной привлекательности относятся: реальный объем инвестиций, инвестиционный риск, удельный вес убыточных предприятий. Показатели инновационной активности региона включают: число инновационно активных предприятий, внутренние затраты на исследования и разработки, количество патентных заявок и выданных охранных документов, удельный вес затрат на технологические инновации в стоимости отгруженной продукции. К показателям уровня жизни региона относятся: валовой региональный продукт, среднегодовой темп роста валового регионального продукта, доля сферы услуг в валовом региональном продукте, уровень рентабельности активов организаций промышленности, объем инновационной продукции, которая делится по степени новизны.

С помощью выбранного комплекса показателей можно рассчитать уровень развития региона отдельно по каждому из четырех индикаторов и интегральный показатель конкурентоспособности региона. Последний может рассчитываться как аддитивная функция [2] или как степенная функция. В данной статье он рассчитывается как среднее геометрическое значение пятнадцати нормированных относительно среднероссийского значения показателей. Чем выше значение показателя конкурентоспособности, тем выше ранг региона.

Показатель конкурентоспособности, равный единице, соответствует среднероссийскому (среднерегиональному) значению.

Интегральный показатель конкурентоспособности исчисляется по формуле:

$$K_j = \sqrt[n]{R_{1j} \times R_{2j} \ldots \times R_{ij}} \ ,$$

где K_j — интегральный показатель конкурентоспособности региона;

R_{ij} — нормированный показатель, определяющий конкурентоспособность региона;

i — индекс показателя;

j — индекс региона;

n — количество показателей.

Расчеты проводились по данным за 2003 год, результаты приведены в таблицах 1, 2.

Таблица 1

Оценка конкурентоспособности регионов I и II групп

Место	Регион	Оценка
Регионы I группы		
1	г. Москва	1,4963
2	г. Санкт-Петербург	1,4016
3	Тюменская область	1,3124
4	Московская область	1,2759
5	Самарская область	1,2667
6	Республика Татарстан	1,1100
7	Нижегородская область	1,0932
8	Ярославская область	1,0783
9	Пермская область	1,0650
10	Калужская область	1,0395
11	Томская область	1,0332
12	Орловская область	1,0221
13	Свердловская область	1,0183
Регионы II группы		
14	Республика Коми	0,8637
15	Архангельская область	0,8549
16	Челябинская область	0,8387
17	Хабаровский край	0,8379

Окончание табл. 1

Место	Регион	Оценка
18	Республика Башкортостан	0,8289
19	Иркутская область	0,8275
20	Новосибирская область	0,8229
21	Курская область	0,8182
22	Владимирская область	0,8059
23	Ленинградская область	0,8051
24	Тульская область	0,7921
25	Воронежская область	0,7794
26	Вологодская область	0,7715
27	Ульяновская область	0,7712
28	Белгородская область	0,7691
29	Мурманская область	0,7689
30	Калининградская область	0,7676
31	Тверская область	0,7670
32	Ростовская область	0,7642
33	Республика Саха (Якутия)	0,7633
34	Красноярский край	0,7572
35	Рязанская область	0,7477
36	Новгородская область	0,7435
37	Удмуртская Республика	0,7411
38	Саратовская область	0,7353
39	Краснодарский край	0,7282
40	Омская область	0,7054

Таблица 2

Оценка конкурентоспособности регионов III и IV групп

Место	Регион	Оценка
Регионы III группы		
41	Тамбовская область	0,6985
42	Смоленская область	0,6971

Продолжение табл. 2

Место	Регион	Оценка
43	Волгоградская область	0,6941
44	Сахалинская область	0,6927
45	Республика Мордовия	0,6867
46	Пензенская область	0,6804
47	Приморский край	0,6767
48	Чувашская Республика	0,6621
49	Липецкая область	0,6363
50	Магаданская область	0,6335
51	Республика Карелия	0,6324
52	Кировская область	0,6121
53	Ивановская область	0,6031
54	Брянская область	0,5902
55	Курганская область	0,5850
56	Костромская область	0,5795
57	Алтайский край	0,5739
58	Ставропольский край	0,5737
59	Читинская область	0,5598
60	Республика Бурятия	0,5556
61	Псковская область	0,5253
62	Оренбургская область	0,5228
63	Камчатская область	0,5226
64	Еврейская автономная область	0,4828
65	Астраханская область	0,4759
66	Чукотский автономный округ	0,4701
67	Республика Марий Эл	0,4463
68	Республика Северная Осетия-Алания	0,4376
69	Амурская область	0,4355
70	Кемеровская область	0,4107
71	Кабардино-Балкарская Республика	0,4101
Регионы IV группы		
72	Карачаево-Черкесская Республика	0,3685
73	Республика Адыгея	0,3385
74	Республика Дагестан	0,3026

Окончание табл. 2

Место	Регион	Оценка
75	Республика Калмыкия	0,1498
76	Республика Алтай	0,1423
77	Республика Хакасия	0,1210
78	Республика Тыва	0,1186
79	Республика Ингушетия	0,0328

На основе выполненных расчетов все регионы по уровню конкурентоспособности можно разделить на четыре группы: выше или на уровне среднего; ниже среднего; низкий; крайне низкий.

В первую группу входят регионы с коэффициентами конкурентоспособности выше или равными единице, то есть их значения выше или равны среднему по Российской Федерации, а значит, среднерегиональному. Во вторую группу отнесены регионы, у которых коэффициент конкурентоспособности ниже единицы, но не ниже среднего коэффициента конкурентоспособности по всем регионам, то есть $K_j \geq 0,7$ (табл. 1).

В третью группу входят регионы, у которых коэффициент конкурентоспособности ниже среднего, но не ниже 0,4. В четвертую группу, с крайне низким уровнем конкурентоспособности, входят регионы со значением данного коэффициента ниже 0,4 (табл. 2).

Калининградская область входит во вторую группу регионов — с уровнем конкурентоспособности ниже среднего. Для более детального анализа сильных и слабых сторон Калининградской области по сравнению с регионами, находящимися с ней в одной группе, рассмотрим расчеты по каждому из четырех индикаторов (табл. 3), на основе которых по приведенной выше формуле определены интегральные коэффициенты конкурентоспособности в таблицах 1 и 2.

Таблица 3

Индикаторы конкурентоспособности и регионального развития регионов II группы

Регион	Конкурентоспособность	Уровень жизни населения		Инвестиционная привлекательность		Инновационная активность		Уровень развития региона	
	Место	Оценка	Место	Оценка	Место	Оценка	Место	Оценка	Место
Калининградская область	17	0,764	24	0,831	15	0,585	17	0,912	5
Республика Коми	1	1,120	1	1,098	3	0,514	26	0,970	4
Архангельская область	2	0,916	13	1,000	8	0,557	21	1,052	2
Челябинская область	3	0,953	8	0,802	19	1,042	2	0,671	20
Хабаровский край	4	0,988	7	1,082	5	0,562	19	0,896	7
Республика Башкортостан	5	0,990	5	1,073	6	0,680	12	0,748	15
Иркутская область	6	0,776	23	0,769	23	0,537	24	1,269	1
Новосибирская область	7	0,688	27	0,828	18	0,923	4	0,833	9
Курская область	8	0,831	16	0,763	24	0,882	5	0,796	10
Владимирская область	9	0,703	26	0,795	21	0,925	3	0,790	12
Ленинградская область	10	0,756	25	1,089	4	0,723	11	0,760	13
Тульская область	11	1,058	4	0,727	26	0,871	6	0,650	23

Воронежская область	12	0,780	22	0,798	20	0,839	8	0,724	17
Вологодская область	13	1,101	3	1,045	7	0,336	27	1,011	3
Ульяновская область	14	0,795	21	0,636	27	1,073	1	0,652	22
Белгородская область	15	0,919	12	0,848	14	0,543	22	0,861	8
Мурманская область	16	0,923	10	0,931	9	0,676	13	0,681	19
Тверская область	18	0,859	15	0,868	13	0,836	9	0,621	25
Ростовская область	19	0,828	18	0,917	11	0,785	10	0,639	24
Республика Саха (Якутия)	20	1,103	2	1,109	2	0,843	7	0,452	27
Красноярский край	21	0,989	6	0,883	12	0,647	14	0,667	21
Рязанская область	22	0,826	19	0,787	22	0,529	25	0,900	6
Новгородская область	23	0,928	9	0,927	10	0,558	20	0,717	18
Удмуртская Республика	24	0,831	17	0,828	17	0,613	16	0,754	14
Саратовская область	25	0,819	20	0,831	16	0,563	18	0,793	11
Краснодарский край	26	0,864	14	1,200	1	0,622	15	0,553	26
Омская область	27	0,919	11	0,734	25	0,542	23	0,726	16

По результатам проведенных расчетов можно сделать следующие выводы:

— в федеральных округах есть регионы с очень разными уровнями развития, представляющие все четыре группы;

— для целей разработки экономической политики и стратегий можно осуществить типологизацию регионов как по интегральному показателю конкурентоспособности, так и по его составляющим: уровню жизни населения, инвестиционной привлекательности, инновационной активности, уровню развития;

— анализ конкурентоспособности Калининградской области показывает, что ее уровень значительно снижается из-за низкого показателя социального положения населения

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Шеховцева Л.С.* Управляемое развитие региона: стратегическое целеполагание: Монография. — Калининград, 2005.

2. *Шеховцева Л.С., Каряева И.И.* Оценка стратегической конкурентоспособности региона // Вестник Балтийского научного центра. — 2005. — № 1 (22). — С. 60—67.

3. *Шеховцева Л.С., Каряева И.И.* Анализ подходов к стратегической типологизации социально-экономического развития регионов // Калининградская область и ЕС: проблемы экономической интеграции: Сб. науч. тр. / Под ред. А.М. Чуйкина. — Вып. 3. — Калининград, 2004.

4. *Регионы* России. Социально-экономические показатели. 2004: Стат. сб. / Росстат. — М., 2004.

5. *Рейтинг* инвестиционной привлекательности российских регионов: 2002—2003 годы // Эксперт. — 2003. — № 43.

А.Г. Хасанов,
аспирант, РГУ им. И. Канта

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Развитие малого предпринимательства является одним из факторов устойчивого роста экономики

страны. В статье приведены причины интенсивного формирования и развития малого бизнеса, а также факторы, препятствующие этому развитию. Обоснована необходимость совершенствования управления предприятиями малого бизнеса на основе применения метода программно-целевого управления.

Development of small business is one of the factors required for stable growth of the country's economy. The article lists the reasons for intensive creation and development of small business, as well as the factors obstructing such development. The work justifies the necessity of improvement of the small business companies' management on the basis of application of program- and task-based management methods.

Перед Российской Федерацией сегодня стоит ряд актуальных проблем, связанных с поддержанием устойчивого роста экономики страны, увеличением ВВП, решением социальных вопросов. В таких условиях развитие малого предпринимательства становится одной из первоочередных задач, решение которой необходимо для реализации целей государственной политики в области экономики, социальной сферы и т. д.

Необходимость развития малого предпринимательства в нашей стране диктуется не только спецификой стоящих перед российским обществом задач системного реформирования, но и общемировыми экономическими тенденциями, четко обозначившимися в последней четверти двадцатого века. Одной из них является растущая роль «малой экономики» в общем механизме социально-экономического воспроизводства. Начиная с 80-х годов в развитых странах наблюдается значительный рост предприятий малого бизнеса, в котором в настоящее время занято до 50 % активного населения, обеспечивающего 50—60 % всего валового продукта этих стран. Следует заметить, что для западной экономической мысли 60-х годов была характерна недооценка роли малого бизнеса как сущест-

венного фактора развития рыночной экономики. Тогда предполагалось, что мелкие предприятия представляют собой не что иное, как пережиток предшествующих ступеней экономического развития, а потому они должны либо вообще исчезнуть, либо быть реорганизованы в более крупные структуры. Однако предпринимательский бум, возникший на Западе в 70-е и 80-е годы, заставил зарубежных исследователей отказаться от прежних представлений о малом бизнесе. Малые предприятия стали играть лидирующую роль в таких прогрессивных отраслях экономики, как электроника, биотехнология, информационные услуги и т. п. Это означало, что малое предпринимательство стало играть качественно новую роль, став одной из важнейших форм реализации современного этапа научно-технической революции, что делало игнорирование малого бизнеса лишенным каких-либо оснований.

Показательным фактом является также участие малых предприятий в экспорте продукции ведущих стран. По оценке экспертов, доля малых и средних фирм в промышленном экспорте ряда развитых стран составляет: Германии и Нидерландов — примерно 40%, Италии — 20—25%, США и Японии — 15%. Если же говорить об участии малых предприятий в комплектации готовой продукции, вывозимой за рубеж крупными фирмами, то их доля в стоимости экспорта промышленных товаров приблизится к 60% в Италии, 50% — во Франции, 40% — в Японии. При этом сфера, где малый бизнес приобрел особое значение, — международная торговля технологиями. Например, 50% лицензий, проданных США, приходится на малые предприятия, инновационные фирмы. Помимо технологий важными статьями экспорта малого бизнеса является продукция машиностроительной, металлообрабатывающей, химической, электротехнической, текстильной и других отраслей промышленности.

В современной литературе приводится ряд общих причин интенсивного формирования и развития малого бизнеса:

— значительные организационно-технологические изменения, в силу которых меняется соотношение между выгодностью крупномасштабного и мелкого производства. Диверси-

фикация и модернизация крупного частного производства, процессы конверсии и разгосударствления, изменения в отраслевой структуре и структуре занятости населения создают предпосылки для роста малого бизнеса на длительную перспективу;

— развитие транснациональных рынков, коммуникационных и транспортных систем, которое приводит к усилению конкуренции, изменениям международной схемы разделения труда. Эти обстоятельства усложняют местные рынки; заставляют предпринимателей искать, разрабатывать и использовать новые ресурсы, открывать и занимать дополнительные рыночные ниши. В этой ситуации малые предприятия, тесно привязанные к региональным и местным рынкам, благодаря гибкости малых организационных форм быстро занимают свободные ниши на рынке и добиваются успеха там, где неэффективны крупные предприятия и корпорации;

— усиление конкуренции между предприятиями, что проявляет в полной мере достоинства малого бизнеса, и в первую очередь способность приспосабливаться к специфической клиентуре и сложившимся стандартам качества. Предпринимательская активность позволяет малым предприятиям быстро и эффективно удовлетворять специализированный спрос, который сегодня все чаще определяется не только качеством и ценой, но и новизной, современным дизайном изделия или удобством услуги.

Однако, несмотря на вышеперечисленные причины, в нашей стране малое предпринимательство не получило соответствующего развития, что связано с рядом факторов, таких как:

— несовершенство нормативно-правовой базы в сфере налогообложения;

— затрудненный доступ субъектов малого предпринимательства к финансово-кредитным ресурсам;

— сохраняющиеся административные барьеры;

— недостаточное бюджетное финансирование государственной поддержки малого предпринимательства;

— чрезмерная концентрация малых предприятий в промышленных центрах страны.

Особое место среди большого количества факторов, препятствующих развитию малого предпринимательства, в нашей стране занимают вопросы совершенствования управления. Необходимость развития малого бизнеса ставит проблему обеспечения субъектов малого бизнеса необходимым управленческим инструментарием. Современные условия, в которых действуют малые предприятия, характеризуются высокой нестабильностью и угрожающим характером внешней среды, высоким уровнем конкуренции. Для достижения в таких условиях долгосрочного успеха, обеспечения устойчивого положения в конкурентной борьбе в рамках науки управления был выработан специфический инструментарий, обобщенный в рамках стратегического планирования. В отличие от стратегического планирования в крупных корпорациях, методология которого системно и в достаточном объеме была разработана в 60—80-х годах прошлого века, стратегическое планирование на малом предприятии, особенно в нашей стране, — достаточно новое явление, получившее развитие лишь в последнее десятилетие.

Анализ процесса стратегического планирования на малых предприятиях показывает, что существует большое количество проблем методического характера, которые проявляются на всех его этапах. Изучение выявленных проблем позволяет концептуально сформулировать направления главных научно-практических исследований в области стратегического планирования на малых предприятиях:

— совершенствование теоретических и методологических основ стратегического планирования малых предприятий;

— развитие научно-методического обеспечения разработки и управления стратегическим планированием на малых предприятиях;

— внедрение научно-практических разработок в области стратегического планирования в деятельность малого предпринимательства.

Как показывает практика управления, одним из наиболее эффективных инструментов при решении подобного рода

задач является программно-целевое управление, основанное на использовании программно-целевого метода, сетевых методов и моделей, методах экспертных оценок и т. д. Использование этого инструментария в рамках стратегического планирования позволяет связать реализацию перспективных стратегических целей с выполнением оперативных задач, осуществить обоснованное распределение различного рода ресурсов.

Проведенные исследования позволяют выделить два уровня применения программно-целевого планирования в целях развития малого предпринимательства:

— федеральный, региональный, местный (уровень, связанный с государственным управлением развития малого бизнеса);

— уровень малых предприятий.

Такая классификация позволяет более рационально выделить задачи, которые можно решить при использовании программно-целевого метода в интересах повышения конкурентоспособности и эффективности малого предпринимательства в нашей стране (табл. 1).

Таблица 1

Задачи применения программно-целевого метода для развития малого предпринимательства

Уровень	Перечень задач
Государственное регулирование малого предпринимательства	1.1. Построение программ поддержки малого предпринимательства на всех уровнях государственного управления. 1.2. Построение механизмов управления развитием малого предпринимательства. 1.3. Определение приоритетных перспективных направлений развития малого предпринимательства. 1.4. Управление распределением ресурсов в рамках поддержки малого предпринимательства. 1.5. Создание «точек роста» в экономике страны

Окончание табл. 1

Уровень	Перечень задач
Малые предприятия	2.1. Определение перспективных направлений развития предприятия. 2.2. Разработка процесса реализации целевых стратегических установок. 2.3. Разработка системы управления внутренними изменениями в соответствии с требованиями внешней среды. 2.4. Структуризация деятельности предприятия. 2.5. Установление взаимосвязи стратегических целей предприятия со стратегическими и программными целями регионального и общегосударственного развития. 2.6. Обоснованное распределение ограниченного набора ресурсов

Однако использование программно-целевого подхода в стратегическом планировании малых предприятий характеризуется рядом специфических проблем. Проведенный анализ существующих программ поддержки и развития малого предпринимательства и практики внедрения стратегического планирования в деятельность малых предприятий позволяет выделить следующий ряд проблем (табл. 2).

Таблица 2

Проблемы применения программно-целевого метода для развития малого предпринимательства

Уровень	Проблемы
Государственное регулирование малого предпринимательства	1.1. Недостаточная проработка вопросов обеспечения программных мероприятий финансовыми источниками. 1.2. Разнонаправленность, отсутствие системного подхода и координации между федеральными и региональными программами поддержки малого предпринимательства.

Окончание табл. 2

Уровень	Проблемы
	1.3. Недостаточное научно-методическое обеспечение процесса разработки и реализации программ. 1.4. Отсутствие методического единства при разработке программ различных уровней. 1.5. Недостаточный учет интересов всех заинтересованных сторон. 1.6. Отсутствие многовариантности и учета возможных изменений во внешней среде
Малые предприятия	2.1. Недостаточное изучение степени и вариантов применимости программно-целевого метода в стратегическом планировании малых предприятий. 2.2. Отсутствие необходимого научно-методического обеспечения. 2.3. Отсутствие практики применения программно-целевого метода в стратегическом планировании на малых предприятиях. 2.4. Отсутствие необходимого кадрового обеспечения. 2.5. Сложность структуризации проблем функционирования малого предприятия, связанная с многовариантностью, динамичным характером внешней среды и ограниченностью ресурсов малого предприятия

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Баринов В.А.* Экономика фирмы: стратегическое планирование. — М., 2005.

2. *Ивченко В.В., Деменюк В.В., Фимушкин Д.А.* Современный аспект развития малого бизнеса в региональных и муниципальных стратегиях // Экономика Калининградской области в условиях европейской экономической интеграции. — Калининград, 2003.

3. *Ивченко В.В.* Программно-стратегическое развитие приморского региона России: Теория, методология, практика: Монография. — Калининград, 2003.

4. *Хасанов А.Г.* Проблемы стратегического планирования на малых предприятиях Калининградской области // Экономические проблемы инновационно-стратегического развития эксклавного региона России. — Калининград, 2004.

А.Н. Мельников,
студент 3-го курса
экономического факультета РГУ им. И. Канта
(научный руководитель — канд. экон. наук,
доцент Т.М. Шулькина)

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ПОВЫШЕНИЯ НРАВСТВЕННОСТИ

Обоснована необходимость инвестиций в нравственное оздоровление российского общества. Рассмотрены основные причины падения нравственности в России в начале 1990-х годов.

The work makes justification of the investments into moral invigoration of the Russian society. The author reviews major falls of morality in Russia in the beginning of 1990's.

В начале 1990-х годов Россия встала на пути построения демократического общества. Нравственные ценности, присущие среднестатистическому советскому человеку, подверглись жесткой критике и были отвергнуты в пользу ценностей демократии, которые многими людьми понимались неправильно. В результате долгожданная и многообещающая «свобода» очень быстро превратилась во вседозволенность. Особенно характерна в этом отношении деятельность большинства средств массовой информации, использовавших эту свободу для достижения своих целей и забывавших о главной миссии — объединять общество, заботиться о сохранении нравственных ценностей.

Под *нравственностью* принято понимать особую форму общественного сознания, регулирующую поведение человека во всех сферах общественной жизни. Нравственные нормы

получают идейное обоснование в виде идеала добра и зла, должного и справедливого.

Состояние нравственности в обществе характеризуется оценкой этого общества его членами. Специалисты Всероссийского центра исследования общественного мнения в ходе социологических исследований выявили следующие особенности: «растет толерантность людей в отношении отступления от общепринятых норм и правил поведения», «укореняется стереотип, согласно которому сегодня добиться чего-то в жизни невозможно, не преступая через общепризнанные морально-нравственные нормы» [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что изменение социально-экономической среды вызвало существенное ослабление нравственного «здоровья» общества, что привело к множеству негативных последствий.

Наибольший экономический ущерб, причиняемый безнравственностью, проявляется в распространении криминальной экономики. Необходимо определить, что в данном случае означает термин «криминальная экономика». Более широким понятием здесь выступает «неформальная экономика», которая представляет собой совокупность хозяйственных отношений, не отражаемых в официальной отчетности или отражаемых заведомо неадекватным образом. Одна часть неформальной экономики вписывается в действующее законодательство или, по крайней мере, ему не противоречит. Другая часть — «теневая экономика» — вступает в противоречие с действующими нормативно-правовыми актами. Основная часть теневой экономики является легальной по своим целям и содержанию. А собственно *криминальная экономика* — это часть теневой экономики, которая характеризуется заведомым нарушением законодательства как по средствам, так и по целям деятельности, то есть производством и распределением продуктов и услуг, прямо запрещенных законом. К криминальной экономике следует отнести следующие виды деятельности:

— наркобизнес,

— незаконное производство и торговля оружием,

— контрабанда,

— проституция,

— торговля людьми,

— рэкет и применение насилия [2].

Если в качестве основных причин существования неформальной и теневой экономик выступают экономический и правовой факторы, то для криминальной экономики определяющим является социально-культурный фактор, и в первую очередь состояние общественной морали. Поэтому именно безнравственность обусловливает рост криминальной экономики.

Согласно экспертным оценкам, объем криминальной экономики в России составляет примерно 10% ВВП [3].

Некоторые негативные последствия существования криминальной экономики трудно поддаются стоимостной оценке: 1) дальнейшее ухудшение нравственного здоровья общества; 2) сокращение численности экономически активного населения (например, согласно ежегодному докладу Международного комитета по контролю над наркотиками (МККН) за 2005 год число наркоманов в России может достигать 6 млн человек, или 4% численности населения страны); и прочее.

Оценить можно лишь часть доходов, которые могли бы быть получены, если бы ресурсы, задействованные в криминальной сфере, «работали» в легальной экономике. К таковым нужно отнести следующие доходы.

1. Налоги с экономических операций, которые могли бы поступить в казну. Для расчета введем показатель «k», характеризующий долю налогов в совокупном размере экономики (в ВВП) в соответствии с действующей практикой их взимания в отчетном периоде.

Рассчитаем сумму этих налогов для 2003 года. В этом году показатель *k* в России составил:

$$k = \text{Налоговые доходы (млрд руб.)} / \text{ВВП (млрд руб.)} = 1341{,}7 / 3285{,}241 = 0{,}1001.$$

Соответственно сумма налогов (N) с легализованного капитала находится так:

$$N = \text{Объем теневой экономики (10\% ВВП)} \cdot k = 1328{,}5 \cdot 0{,}1001 = 132{,}983 \text{ млрд руб.}$$

2. Доходы, определяемые мультипликационным эффектом от вложенного в легальную экономику капитала (проявятся в увеличении общественного производства, сокращении безработицы и в прочих благоприятных экономических явлениях).

Размер доходов от легализации криминального капитала позволяет говорить об окупаемости государственных затрат на борьбу с безнравственностью как с первопричиной существования криминальной экономики.

Инвестиции в нравственное оздоровление принесут свои плоды лишь через десятилетия, но это не умаляет их значимости. Необходимо отметить, что эффект будет не только в минимизации потерь экономики и получении определенных доходов, но и в объединении нашего общества на основе общих нравственных ценностей. А это необходимый залог внутренней стабильности и безопасности, залог эффективного противостояния внешним угрозам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Радаев В.В.* Теневая экономика в СССР/России, основные сегменты и динамика // Восток. — 2000. — № 1. — С. 89—97.

2. *Соловьев А.А.* К вопросу о теневой экономике в Калининградской области // Социально-экономическое развитие Калининградского региона: Сб. науч. тр. Вып. 52. Калининград, 2002. — С. 17—22.

3. *Российский* статистический ежегодник. 2004: Стат. сб. / Росстат. — М., 2004.

А.Ю. Степанов,
аспирант, РГУ им. И. Канта

ФОРМИРОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ ПРОЕКТОМ НА ОСНОВЕ СИСТЕМНОЙ МОДЕЛИ

В статье обоснована необходимость формирования функциональной структуры управления инновaци-

онным проектом на основе системной модели управления проектами.

The article substantiates the need of creation of functional structure of innovative project management on the basis of a project management system model.

Оценки ведущих международных экспертов свидетельствуют, что одним из наиболее важных факторов успеха инновационного проекта является эффективное взаимодействие между элементами его ближнего и дальнего окружения. Так, внутрифирменная кооперация и грамотно выстроенное управление взаимодействием внутренней среды инновационного проекта с клиентами и поставщиками является исключительно важным фактором. Особую роль играет кооперация с университетами и другими исследовательскими организациями. Практика таких инновационных корпораций, как германский Siemens AG, показывает, что это должна быть, как правило, международная кооперация.

Проводя исследования на всех континентах и во всех часовых поясах, германская корпорация использует различные горизонты компетенции, объединяя в инновационном процессе лучший международный опыт. Минимизация расстояния между клиентами и поставщиками повышает эффективность ее корпоративных исследований и разработок и делает инновации фирмы соответствующими требованиям рынка. Сотрудничество с ведущими научными центрами способствует и наиболее оптимальной концентрации исследовательских ресурсов Siemens AG [3].

Вышесказанное подтверждает, что любые инновационные задачи на всех стадиях проекта должны быть определенным образом формализованы. Причем если речь идет о международном проекте, носящем инновационный характер, то для его успеха необходима определенная степень унификации методов и средств управления. Такую возмож-

ность предоставляет использование системной модели управления проектами (УП).

В частности, на основе системной модели УП формируется функциональная структура проекта. Методика ее формирования позволяет осуществить классификацию задач и процедур, возможных при управлении проектом и проектно-ориентированной деятельностью. Рассматриваемый метод позволяет выявить состав проблемно-ориентированных комплексов процессов и задач управления инновационным проектом, определить методы эффективного принятия решений на всех уровнях управления.

Для определения и разработки состава деятельности по реализации процессов и задач УП используются базисы системной модели УП (см. рис. 1 [1]):

— субъекты управления (A),
— команда управления проектом (B),
— объекты управления — проекты, программы (C),
— фазы жизненного цикла объектов управления (D),
— уровни управления (E),
— функции управления (F),
— стадии процесса управления (G).

Системная модель управления проектом представляет собой свернутое дерево избыточного множества задач и процедур, которые теоретически могут осуществляться при управлении проектом [4].

Системная модель УП дает возможность определить все процессы и задачи проекта через ее компоненты.

При последовательном рассмотрении элементов всех уровней системной модели координатор, аналитик или менеджер проекта получают постановку задачи управления проектом. Условия этой задачи определяются уровнями и элементами системной модели.

Однако инновационные проекты и управление ими имеют ряд уникальных особенностей, объясняющихся природой инновационной деятельности. Применяя к ним данную методику, следует учитывать, что жизненный цикл инновационного про-

екта соответствует жизненному циклу инновации и включает в себя периоды зарождения, роста и спада. Как у любого проекта, схема формирования и развития жизненного цикла инновационного проекта состоит из следующих этапов (рис. 1):

1) технико-экономическое обоснование (ТЭО),
2) планирование и разработка,
3) производственный этап,
4) заключительный этап [2].

Для формирования функциональной структуры управления инновационным проектом необходимо провести параллель между данными этапами и одним из уровней системной модели УП. На рисунке 1 видно, что этапы жизненного цикла инновационного проекта аналогичны компонентам уровня *фазы жизненного цикла* объекта управления, соответственно:

1) концепции,
2) разработке,
3) реализации,
4) завершению.

Рассмотрим инновационную задачу: регулирование деятельности аппарата управления по реализации научно-инновационного процесса, соответствующего теоретическому представлению об управлении инновационными процессами (рис. 2). На наш взгляд, она должна находиться в компетенции координатора проекта. Решая эту задачу, координатор инновационного проекта может моделировать статические и динамические показатели, необходимые для ее решения, используя системную модель УП.

Данная задача тогда имеет следующий вид: регулирование (G4) деятельности команды управления проектом (B) по реализации (D3) научно-инновационного процесса (необходимо затрагивает такие функции управления проектом, как предметная область, контракты, изменения) (F1,F8,F9). Таким образом, ее определяет топология (скелет), зафиксированная на системной модели УП.

$$\mathbf{T} = [(G4), (B), (D3), (F1,F8,F9)].$$

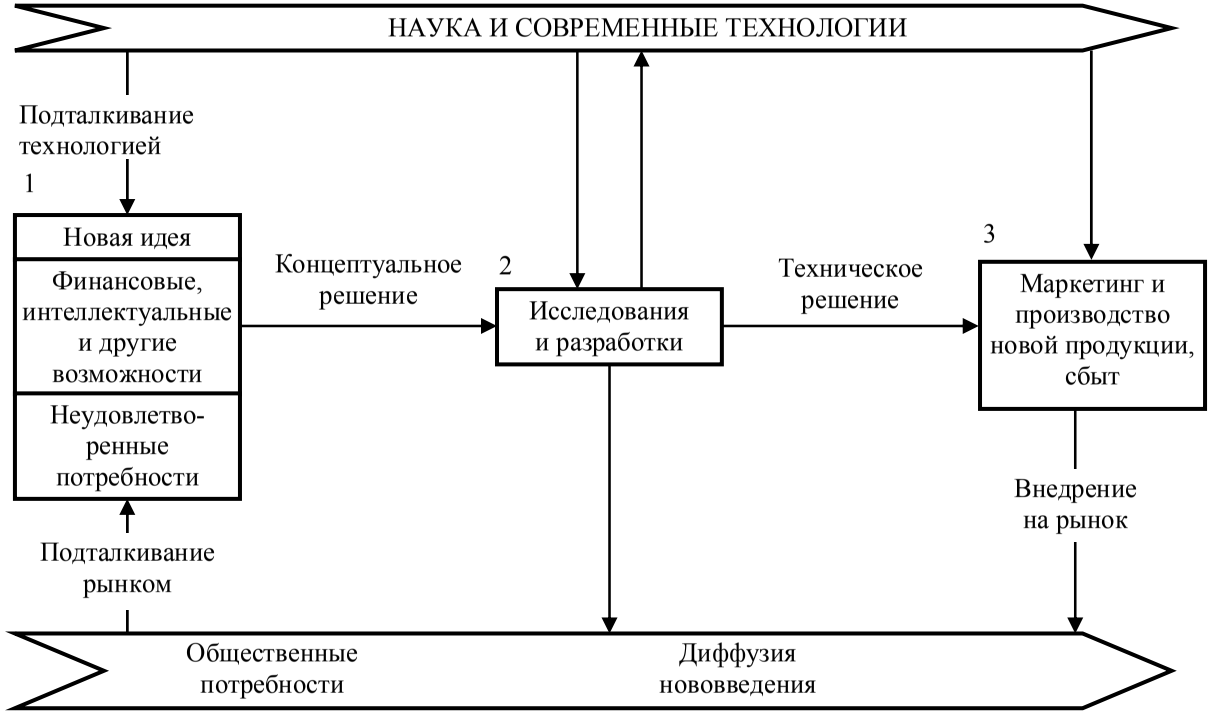

Рис. 2 Современные технологии в науке

A — субъекты управления

1. Инвестор	2. Заказчик	3. Генконтрактор	4. Генподрядчик	5. Исполнители	6. Соисполнители	7. Прочие

B — команда управления проектом

1. Менеджер проекта	2. Члены команды	3. Функциональные менеджеры проекта

C — объекты управления

1. Проекты	2. Программы	3. Организации, предприятия

D Фазы жизненного цикла объекта управления

1. Концепция	2. Разработка	3. Реализация	4. Завершение

E — процесс управления

F — уровни управления

1. Стратегическое	2. Год	3. Квартал	4. Месяц	5. Декада	6. Сутки	7. Смена	8. Прочее

G — функции управления

1. Предметная область	2. Время	3. Стоимость	4. Качество	5. Риски	6. Персонал	7. Коммуникации	8. Контракты	9. Изменения	10. Прочее

H — стадии процесса управления

1. Инициация	2. Планирование	3. Организация и контроль выполнения	4. Анализ и регулирование	5. Закрытие

Рис. 1. Системная модель управления проектами

Данная задача характеризуется смешанной (горизонтально-вертикальной) интеграцией элементов системной модели УП. Задачи такого типа имеют наибольшее практическое значение.

Следует отметить, что используемые на практике задачи могут не включать отдельные элементы системной модели.

Системное представление задач управления инновационными проектами, структурированных по элементам предлагаемой модели, обеспечивает полноту решаемых задач, их информационную взаимосвязь и логику осуществляемых процессов [4].

Данный метод может с успехом использоваться координатором и членами команды управления инновационным проектом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Управление* проектами: Основы профессиональных знаний, национальные требования к компетенции специалистов /Под ред. В.И. Воропаева. — М., 2001.

2. *Ивченко В.В.* Инновационный менеджмент: Учебное пособие. — Калининград, 2004.

3. *Innovationen* Versprechen an die Zukunft / Herausgeber: Thomas Gandswindt, Siemens AG. Hamburg, 2004.

4. *Воропаева В.И., Секлетова Г.И.* Системное представление управления проектами. — М., 2004.

И.В. Никифорова,
аспирантка, РГУ им. И. Канта

КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЭКСКЛАВНОГО РЕГИОНА

Приведены важнейшие критерии и показатели продовольственной безопасности территории в эксклавных условиях. Исследована обеспеченность населения Кали-

нинградской области основными видами сельскохозяйственной продукции собственного производства.

The work presents the most important criteria and indicators of food supply safety of the territory under exclave conditions. The author analyzes the adequacy of provision of population of the Kaliningrad region with major types of local-produced agricultural products.

Уровень продовольственной безопасности реализуется в системе критериев и показателей. При этом для продовольственной безопасности особое значение имеют не сами показатели, а их пороговые значения, которые представляют собой количественные параметры, очерчивающие границу между безопасной и опасной зонами в различных сферах экономики [5, с. 45].

В наиболее общем виде критерии продовольственной безопасности можно разделить на две группы:

1) показатели, характеризующие наличие продуктов питания;

2) показатели, характеризующие доступность продуктов питания для отдельных граждан и домохозяйств.

Рассмотрим наиболее важные критерии и показатели продовольственной безопасности Калининградской области (табл. 1).

Таблица 1

Показатели оценки продовольственной безопасности Калининградской области

Показатель	Норматив
1. Уровень самообеспечения страны продовольствием, в том числе по основным продуктам питания	Не должен быть ниже 70 % от общих объемов потребления в стране
2. Уровень зависимости от поставок импортного продовольствия, в том числе по основным продуктам питания	Не должен превышать 25—30 % от общих объемов потребления в стране

Окончание табл. 1

Показатель	Норматив
3. Уровень и динамика потребления основных продуктов питания с учетом их дифференциации по группам населения с различными доходами	Медицинские нормы; научно обоснованные социальные нормативы; ранее достигнутые объемы потребления

Анализ вышеназванных показателей по Калининградской области выявил отрицательную динамику, свидетельствующую об ухудшении состояния продовольственной безопасности. Продолжающийся процесс кризиса в сельском хозяйстве эксклавного региона (спад производства в сельском хозяйстве за период с 1990 по 2004 год составил 67 %) неизбежно ведет к возникновению реальных угроз продовольственной безопасности. Если пороговое значение показателя самообеспечения территории продовольствием составляет 70 %, то по основным продуктам питания сельское хозяйство Калининградской области обеспечивает население региона примерно на 60 %. Это, в свою очередь, способствует усилению зависимости от импортного продовольствия (рис. 1). Доля импортных продуктов питания в 2004 году составила 60 % при пороговом значении 25 %.

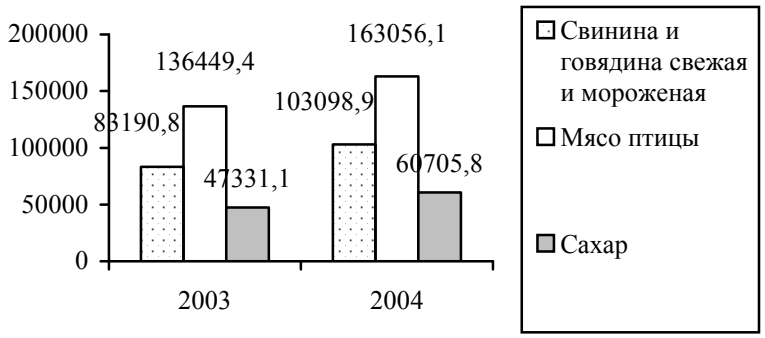

Рис. 1. Импорт отдельных видов товаров в 2004 году [1, с. 6], тонн

Корме того, серьезнейшей проблемой по-прежнему является динамика потребления продовольствия, которая неуклонно снижается (табл. 2). Произошло снижение потребления таких продуктов, как хлеб (на 17,6 %), картофель (на 32,4 %), яйца (на 20,3 %). Кроме того, произошло изменение структурного качества основных продуктов питания из-за сокращения потребления белков животного происхождения и увеличения углеводов. Рекомендуемые нормы суточного рациона по белку — 87 г, по жирам — 104 г, по углеводам — 389 г. Если в 1990 году в среднем в сутки человеком потреблялось 74 г белка (85 % нормы), то в 2000 году — 62 г (70,1 % нормы). Такое соотношение основных компонентов питания приводит к снижению устойчивости населения к неблагоприятным факторам внешней среды, что негативно сказывается как на уровне рождаемости, так и на уровне работоспособности [6, с. 293].

Причин такой негативной тенденции несколько, а именно: жесткая конкуренция со стороны иностранных поставщиков продовольствия и недостаточная государственная поддержка отечественных производителей. Внешние факторы оказывают существенное влияние на обеспечение продовольственной безопасности эксклавного региона. Это связано, в частности, с запретом провоза отдельных видов продуктов через территории сопредельных государств и отсутствием автомобильного транспорта, соответствующего европейским экологическим стандартам.

Вопрос о продовольственной безопасности принято рассматривать с учетом как внутренних, так и внешних угроз. Основными угрозами продовольственной безопасности Калининградской области являются:

- резкое сокращение производственно-финансового потенциала и истощение естественных факторов сельского хозяйства;
- прямое вытеснение отечественных сельхозпроизводителей с внутреннего продовольственного рынка;

Таблица 2

Обеспеченность населения Калининградской области основными видами сельскохозяйственной продукции собственного производства в соответствии с медицинскими нормами потребления

Показатель	Медицинские нормы потребления на душу населения в год (кг; яйца — шт.)	Потребление продуктов населением области в соответствии с медицинскими нормами в год (тыс. тонн; яйца — млн шт.)	Производство основных видов сельскохозяйственной продукции в год (тыс. тонн; яйца — млн шт.)	Обеспеченность по отношению к медицинским нормам (%)
Мясо	78	73,9	40,8	55,2
Молоко	389	368,3	190,5	51,7
Яйца	290	274,6	185,8	67,7
Овощи	139	131,6	81,5	61,9
Картофель	117	110,8	133,9	120,8

• рост импортной зависимости по основным видам продовольствия;

• сокращение потребления основных продуктов питания на душу населения;

• рост сбыта недоброкачественной импортной продукции.

Для обеспечения продовольственной безопасности региона объективно требуется усиление государственного регулирования внешней торговли продовольственными товарами, в частности защиты внутреннего продовольственного рынка и экономических интересов отечественных производителей таможенно-тарифными и нетарифными методами.

В общем виде можно выделить несколько принципиальных направлений обеспечения продовольственной безопасности эксклавного региона:

• проведение более гибкой протекционистской политики с выработкой мер, смягчающих конкурентное давление на местных производителей со стороны импортеров;

• создание системы обеспечения гарантий качества продовольствия, поступающего на внутренний рынок;

• повышение технологического уровня аграрного производства и использования ресурсосберегающих и экологически чистых технологий путем поддержки соответствующих исследований и внедрения системы консультирования в сельском хозяйстве;

• усиление государственного контроля для естественного вытеснения с рынка некачественных импортных товаров;

• создание земельного кадастра и системы мониторинга состояния земельных ресурсов, контроль за сохранением наиболее продуктивных сельскохозяйственных угодий для аграрного производства;

• создание условий для того, чтобы все государственные закупки сельскохозяйственной продукции производились у местных товаропроизводителей;

• усиление государственного контроля за деятельностью банковских структур, обслуживающих сельское хозяйство, создание аграрно-финансовой группы, деятельность которой была бы направлена на оказание финансово-кредитной помощи сельхозпроизводителям;

• принятие мер по восстановлению управляемости сельскохозяйственного производства и продовольственного рынка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Внешнеэкономическая* деятельность предприятий и организаций Калининградской области за 2004 год: Статистический бюллетень. — Калининград, 2005.

2. *Калининградская* область. Оперативная информация. — Калининград, 2006.

3. *Калининградская* область в цифрах. Статистический сборник. — Калининград, 2005.

4. *Оболенцев И., Корнилов М., Синюков М.* Продовольственная безопасность // Вопросы экономики. — 2005. — № 12. — С. 39—47.

5. *Экономическая* безопасность: Производство — финансы — банки / Под ред. В.К. Сенчагова. — М., 1998.

6. *Экономическая* безопасность России: Общий курс: Учебник / Под ред. В.К. Сенчагова. — М., 2005.

Ю.Г. Мышко,
студентка 2-го курса
экономического факультета РГУ им. И. Канта,
(научный руководитель — канд. экон. наук,
доцент Т.М. Шулькина)

ВЛИЯНИЕ ТРУДОВОЙ ДИСКРИМИНАЦИИ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Исследовано влияние трудовой дискриминации на деятельность организации и обоснована необходимость разработки в каждом субъекте РФ кадровой политики, направленной на борьбу с трудовой дискриминацией.

The work researches the influence of labor discrimination on an organization's activities and justifies the need to develop personnel policy aimed at fighting against the labor discrimination within each territorial subject of the Russian Federation.

Феномен трудовой дискриминации, проявляющийся в неодинаковом отношении к равнопродуктивным работникам со стороны работодателей, менеджеров и государства, известен давно. Чаще всего такой дискриминации подвергаются женщины, национальные меньшинства, иммигранты. Имеет место также дискриминация при найме и увольнении, продвижении по службе, в образовании и профессиональной подготовке. Практически все это приводит в конечном счете к своего рода профессиональной сегрегации, выражающейся в устойчивом разделении профессий и должностей между разными группами работников [1]. Такая дискриминация называется статистической и характеризуется автоматическим переносом на отдельную личность групповых признаков. Потери из-за этого могут оказаться весьма существенными не только для работника, но и для работодателя.

Рассмотрим некоторые примеры. В России женщины-менеджеры возглавляют или входят в состав руководства примерно 20% бизнес-организаций, в развитых странах 28%. И это несмотря на свидетельство мирового опыта о том, что участие женщин в управлении стабилизирует общественные процессы [2]. Президент РФ 30 июня 1996 года подписал указ «О повышении роли женщины в системе федеральных органов государственной власти и органов государственной власти субъектов Российской Федерации», в котором подчеркивалось, что участие женщин в принятии ответственных решений способствовало бы повышению качества этих решений и эффективности их исполнения. В этом указе также предусматривался ряд мероприятий, направленных на повышение роли женщин в управлении делами государства. Однако в ноябре 2001 года этот нормативный документ был отменен.

Конечно, можно подойти к проблеме с точки зрения того, что принятие решений о найме и продвижении женщин зависит в основном от мужчин, а им сложно сработаться с женщинами по причине устоявшегося взгляда на женщину как на сексуальный объект, мать или жену. Иными словами, сторонники участия женщин в управлении осуждают процесс такого отношения мужчины к женщине, когда он не может видеть в ней равного коллегу, наставника или руководителя [3]. Многочисленные факты прямо или косвенно свидетельствуют о масштабах дискриминации в служебном продвижении. По оценкам ЮНИДО (программы ООН по развитию), женщины во всем мире занимают 14% административных и руководящих постов и менее 6% высших руководящих должностей [1].

Более распространены случаи, когда дискриминация женщин происходит на основе гипотезы о различной эластичности предложения у разных групп работников, обладающих неодинаковой трудовой мобильностью. Согласно этой теории у мужчин эластичность предложения выше, чем у женщин, они обладают большей мобильностью на рынке труда, поэтому им надо платить больше. Эта гипотеза получила свое развитие еще во время существования СССР, когда женщины были заняты преимущественно в таких сферах, как швейная промышленность и система общественного питания. Именно в этот период достигло своего пика разделение профессий на «мужские» и «женские». До сих пор этот стереотип мешает женщинам при устройстве на работу. Потери из-за этого несут как хорошие работники, например молодые женщины, не имеющие возможности сообщить о своих качествах работодателю (послать ему «рыночный сигнал»), так и сами предприниматели, упускающие подобных работников [4].

Не вызывает сомнения существование в России гендерной дискриминации при найме на работу. Многих женщин при трудоустройстве наниматели спрашивают об их семейном положении, о наличии детей. Более того, иногда в условия найма включается требование не иметь детей.

Обращаясь к вопросу развенчания мифов, стоит заметить, что проводимые экономические реформы заставили нас на многое взглянуть иначе, в том числе и на возможности женщин как работников. Уже многое написано о высокой адаптивности женщин, их умении переносить трудности, мобилизоваться в сложных ситуациях. Открытость границ и развитие телекоммуникаций привели к более глубокому знакомству с западным миром, его системой ценностей, в том числе с мировым феминистским движением, которое активно занимается пропагандой своих взглядов в России. Произошло обострение на рынке труда. Женщинам всегда нужно было прикладывать больше усилий для профессионального развития, чтобы выдержать конкуренцию с мужчинами. В результате они стали более образованными и целеустремленными. Добавим к этому, что женщины меньше подвержены девиации и ведут более здоровый образ жизни, а значит, они более надежные работники.

Многие наниматели прибегают к откровенной дискриминации по возрасту. Так, традиционно подвергаются дискриминации молодые работники. Здесь очень показателен недавний скандал, развернувшийся вокруг французского законопроекта, содержание которого носит явно дискриминирующий характер. Подобные действия фактически легализуют ущемление прав молодых специалистов, ставя их на несколько ступеней ниже, чем более старших работников. Подобная практика существует и в нашей стране. Работодатели заранее предрасположены к тому, чтобы отдать предпочтение более зрелым специалистам. Хотя вовсе не обязательно, что молодой работник будет вносить меньший вклад в работу организации. Напротив, зачастую более современное образование и свежий взгляд на решение проблем может вывести организацию на качественно новый уровень развития. К тому же, следуя стереотипам, работодатель рискует упустить шанс приобрести действительно талантливых работников. Начиная с 1999 года «голод» на квалифицированных специалистов становится все более ощутимым. Качество рабочей силы, ее оптимальное распределение и использование

превращаются в центральную проблему рынка труда. В данном контексте стоит обратить внимание на тот факт, что, нанимая на работу молодого специалиста, работодатель получает вместе с ним и «отсрочку» на необходимость повышения квалификации работника в ближайшее время, в то время как более зрелые работники очень часто имеют довольно устаревшие взгляды на природу и решение проблем и нуждаются не только в повышении квалификации, но и зачастую в полном изменении собственного мышления.

К традиционно дискриминируемым на рынке труда группам (инвалидам, лицам, освободившимся из мест заключения) в последние годы добавились молодые мужчины, воевавшие в Чечне и других «горячих точках». Многие работодатели опасаются их психической неуравновешенности и повышенной склонности к насилию.

С сожалением стоит отметить, что для России в целом проблема дискриминации иммигрантов и этническая дискриминация, в том числе в трудовой сфере, становится все более серьезной. Значительная часть российского общества относится к этой проблеме весьма равнодушно. Одним из инструментов этнической дискриминации в России является институт регистрации граждан по месту пребывания и по месту жительства. Несмотря на международные обязательства, в стране действует законодательство, направленное на ограничение передвижения. Настораживает, что ксенофобские настроения высказывают от 40 до 50 % российского населения [1].

В трудовых отношениях и работнику, и работодателю очень часто приходится принимать решения в условиях неполной информации, а неопределенность всегда связана с риском. Особенно велик риск обеих сторон на этапе найма персонала. Роль «рыночного сигнала» при отборе кандидатов часто играет информация о наличии высшего образования. Диплом — это показатель не только знаний и квалификации, но и способностей человека, его целеустремленности и настойчивости: он характеризует потенциал человека, способность к переобучению и в

какой-то мере общий уровень культуры. Для нанимателя нередко важно лишь наличие диплома, то есть факт, что у соискателя он имеется. Так, если фирме нужен молодой маркетолог или специалист по связям с общественностью, а в списке претендентов нет никого с соответствующей квалификацией, но есть специалист с дипломом химика или литератора, то на работу, скорее всего, возьмут именно его. Подобные ситуации также вызывают дискриминацию в трудовых отношениях [4].

Помимо трудовой дискриминации со стороны работодателей существует также дискриминация со стороны коллег. Проблема морального преследования работников на рабочем месте — актуальный аспект трудовых отношений. Согласно терминологии, принятой МОТ (Международной организацией труда), подобные действия называются термином «моббинг». Несмотря на новую терминологию, проблема притеснений на рабочем месте традиционна. В частности, при исследовании причин фактической и потенциальной текучести кадров респонденты довольно часто указывают на «несложившиеся отношения с руководством», «неблагоприятный психологический климат в коллективе», «выдавливание» из организации. Подобные случаи говорят о том, что проблема притеснений на рабочем месте реальна. Например, в 2000 году проводимые в г. Иркутске исследования, направленные на изучение поведения безработных на региональном рынке труда и изучение мнения работников о своей жизни и работе, показали следующее: из числа уволенных 5,7% отметили в качестве причины увольнения «плохое отношение к работникам со стороны руководства», 4,5% респондентов отметили «плохие отношения в коллективе». Учитывая, что фактически каждый десятый увольняется из-за причин, связанных с отношениями в коллективе, и каждый двенадцатый может уволиться по этим же причинам, счет жертв притеснений на рабочем месте идет на десятки тысяч на одном небольшом региональном рынке труда [5].

Таким образом, притеснения на рабочем месте не нужно рассматривать как естественное условие трудовой адаптации, как некие издержки, взамен которых работник получает зара-

ботную плату, да еще компенсационный пакет в придачу. Если организация сталкивается с моббингом, это определенный диагноз для управления персоналом. Если проблема трудовой дискриминации открыто звучит, обсуждается и понимается как негативная составляющая трудовых отношений, то это само по себе является показателем развития управленческой культуры.

Проанализировав сложившуюся ситуацию, можно сделать вывод, что назрела необходимость разработки в каждом субъекте Федерации кадровой политики, направленной на борьбу с трудовой дискриминацией. Представляется, что основными ориентирами должны стать законопроекты о равной оплате и использование следующих критериев по определению дискриминации: неодинаковое обращение с разными группами работников и неодинаковое влияние тех или иных факторов, характеризующих работника, на решение нанимателя. Возможно использование некоторых экономических мер воздействия на компании — с помощью субсидий их необходимо побуждать брать на работу определенные группы дискриминируемого населения. Необходимо последовательное формирование макроэкономических условий для роста занятости населения и преодоления дефицита рабочих мест путем сохранения перспективных и создания новых рабочих мест. Необходима разработка и координация национальной, региональной и отраслевых программ развития трудовых ресурсов, предусматривающих оптимальное соотношение начального, среднего и высшего профессионального образования, их ориентацию на потребности рыночной экономики. Необходимо формирование государственной системы профориентации и психологической поддержки граждан как важнейшего средства профессионального самоопределения молодежи, усиления ее трудовой мотивации, сопровождения и развития карьеры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Мазин А.Л.* Трудовая дискриминация: болезнь, которую нужно лечить// Человек и труд. — 2003. — № 4. — С. 28—32.

2. *Вагина Л.* Реальна ли гендерная симметрия во власти?// Человек и труд. — 2003. — № 7. — С.28—30.

3. *Штейнберг А.* Гендерные помехи: социально-ролевой аспект// Управление персоналом. — 2005. — № 4. — С. 61—63.

4. *Мазин А.Л.* Фактор риска во взаимоотношениях работодателя и работника// Управление персоналом. — 2003. — № 5. — С. 60—64.

5. *Скавитин А.В.* Проблема притеснений на рабочих местах// Менеджмент в России и за рубежом. — 2004. — № 5. — С. 118—126.

Д.В. Борисов,
ассистент, РГУ им. И. Канта

ПРИМЕНЕНИЕ ЭКСПЕРТНЫХ МЕТОДОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассмотрены различные экспертные методы, используемые при принятии решений, а также особенность каждого из них. Изучена система показателей для оценки мнений экспертов.

The work reviews various expert methods used for making decisions, and features of each of them. Article presents the system of indicators used for evaluation of experts' opinions.

Для оценки параметров и динамизма внешней среды предпринимательской структуры возможно использовать методы коллективной экспертизы. Применение экспертных методов обусловлено комплексностью изучаемых характеристик и невозможностью их прямой количественной оценки.

Под экспертными методами (методами экспертных оценок) понимаются специальные процедуры, логические приемы и математические методы, используемые для сбора, обобщения и анализа информации, основным источником которой являются эксперты. Понятие «эксперт», в свою очередь, можно опреде-

лить как человека, проводящего экспертизу, считающегося профессионалом достаточно высокого уровня в изучаемом вопросе, чьи оценки по поводу объекта применения экспертных методов учитываются при принятии решений [1].

Методы экспертных оценок основываются на субъективной оценке текущего момента и перспектив развития. Эти методы целесообразно использовать для конъюнктурных оценок, особенно в случаях, когда невозможно получить непосредственную информацию о каком-либо явлении или процессе.

Экспертные методы в практике принятия решений предназначены для использования в ситуациях неопределенности, когда проблемы являются неструктурированными, комплексными. Сила экспертных методов заключается в создании таких процедур, алгоритмов, которые органично сочетают оценки экспертов с использованием математических и статистических методов, не позволяя окончательной оценке определяться субъективностью суждений отдельных людей.

Экспертные методы могут основываться на мнении одного эксперта или группы экспертов; оценка может быть в форме открытого обсуждения или анонимного опроса. Существует большое количество экспертных методов — мозговой штурм, номинальный групповой метод, метод «Дельфы», написание сценариев, метод конференций и т. д. Одним из широко распространенных и достаточно хорошо проработанных экспертных методов является экспертный опрос, который выбран в качестве основы для разработанной методики.

Коллективная экспертиза начинается с *постановки целей и задач экспертного опроса*. Относительно разработанных факторов коллективная экспертиза методом экспертного опроса может проводиться с целью количественной оценки следующих параметров:

— динамизм внешней среды предпринимательской структуры по факторам;

— значимость факторов динамизма внешней среды;

— общие показатели значимости факторов.

Разные исследователи в области экспертных систем предлагают свои виды факторов.

Для оценки уровня каждого из показателей предлагается применить пунктирную (детализированную) рейтинговую шкалу (itemized rating scale), состоящую из 10 категорий, обозначенных целыми числами от одного до десяти. Такая шкала является, с одной стороны, достаточно чувствительной, то есть предоставляет достаточные для анализа данные, а с другой стороны, в необходимой степени дифференцирующей, то есть позволяет облегчить работу экспертов при проведении оценки.

Для проведения экспертного опроса далее необходимо разработать анкеты и информационное письмо для эксперта. В соответствии с целями и задачами экспертизы опрос является структурированным (formal) и должен быть проведен в режиме личной беседы (face-to-face interview) исследователя с каждым экспертом в отдельности.

Так как коллективные экспертные оценки являются основой для всех расчетов в рамках данной методики, то подбор экспертов должен быть произведен с особой тщательностью. Формирование группы экспертов может проходить по нижеизложенному сценарию. Первоначально должен быть сформирован список кандидатов в эксперты — компетентных специалистов в области, являющейся объектом исследования. Желательно также, чтобы кандидат обладал широким кругозором, был достаточно эрудирован и в смежных областях. В данном случае кандидат в эксперты должен быть хорошо знаком с деятельностью предпринимательской структуры, а также с внешней средой, в которой данная структура функционирует.

Далее в рамках группы кандидатов необходимо определить группу экспертов, которые в дальнейшем примут участие в опросе. В качестве квалификационных критериев для вхождения в группу экспертов могут использоваться следующие: образование, опыта работы в определенной сфере и в исследуемой

предпринимательской структуре, круг решаемых претендентом проблем. Для того чтобы получить конкретные оценки, исследователь должен провести встречу с каждым экспертом в отдельности в соответствии со следующий процедурой.

- Разъяснение эксперту целей и задач опроса.
- Разъяснение эксперту перечня и содержания оцениваемых параметров и формы применяемой шкалы.
- Передача эксперту фоновой информации (background information) по исследуемой проблеме.
- Получение от эксперта оценок и их регистрация в анкете.
- Обеспечение обратной связи с целью проверки достоверности результатов.

В результате осуществления данного этапа экспертного опроса в распоряжении исследователя должны оказаться заполненные экспертными оценками анкеты, то есть он получает индивидуальные оценки целевых показателей по каждому эксперту.

Далее необходимо осуществить *проверку экспертных оценок целевых показателей на согласованность* для подтверждения статистической значимости полученных в ходе коллективной экспертизы данных. В рамках рассматриваемого экспертного опроса целесообразно воспользоваться следующей процедурой оценки согласованности ответов экспертов:

— определение обобщенного мнения группы экспертов;

— определение среднего квадратического отклонения мнений экспертов;

— осуществление оценки противоречивости крайних мнений [2].

Указанная выше процедура оценки согласованности мнений экспертов должна производиться для индивидуальных оценок каждого целевого показателя в отдельности.

Обобщенное мнение экспертов есть средняя арифметическая величина их оценок уровня определенного показателя. Она вычисляется по формуле:

$$\overline{Z} = \frac{1}{p} \cdot \sum_{k=1}^{p} Z_k \ , \qquad (1)$$

где: $\overline{Z}$ — обобщенное мнение всех экспертов по оценке уровня определенного целевого показателя;

p — общее количество экспертов в группе;

Zk — оценка уровня целевого показателя экспертом *k*.

Среднее квадратическое отклонение мнений экспертов определяется в зависимости от количества экспертов по следующим формулам: если количество экспертов более 30, то по формуле (2), иначе — по формуле (3):

$$\sigma = \sqrt{\frac{1}{p} \cdot \sum_{k=1}^{p} (Z_k - \overline{Z})^2} \ , \qquad (2)$$

$$\sigma = \sqrt{\frac{1}{p-1} \cdot \sum_{k=1}^{p} (Z_k - \overline{Z})^2} \ , \qquad (3)$$

где: σ — среднее квадратическое отклонение мнений экспертов по оценке уровня целевого показателя;

p — общее количество экспертов в группе;

Zk — оценка уровня целевого показателя экспертом *k*;

$\overline{Z}$ — обобщенное мнение всех экспертов по оценке уровня целевого показателя.

Для оценки противоречивости крайних мнений необходимо ввести следующие определения. Под *крайними мнениями* экспертов по оценке определенного показателя понимаются наибольшее и наименьшее значения этих оценок среди всех оценок, данных группой экспертов. Далее предположим, что эксперт q имеет крайнюю оценку уровня целевого показателя. Сначала необходимо определить вероятность того, что величина t (вычисляемая по формуле 4) превзойдет некоторый за-

данный максимум β при условии нормального распределения оценок экспертов.

$$t_q = \frac{\left|Z_q - \overline{Z}\right|}{\sigma}, \qquad (4)$$

где: tq — величина t для расчета степени противоречивости оценки эксперта q;

Zq — оценка уровня целевого показателя экспертом q;

$\overline{Z}$ — обобщенное мнение всех экспертов по оценке уровня целевого показателя;

σ — среднее квадратическое отклонение мнений экспертов по оценке уровня целевого показателя.

Обозначим указанную выше вероятность через α:

$$\alpha = P\left(\left|Z_q - \overline{Z}\right| > \beta \cdot \sigma\right), \qquad (5)$$

где: α — вероятность того, что величина t превысит заданный максимум β;

Zq — оценка уровня целевого показателя экспертом q;

$\overline{Z}$ — обобщенное мнение всех экспертов по оценке уровня целевого показателя;

β — заданный максимум величины t при нормальном распределении экспертных оценок;

σ — среднее квадратическое отклонение мнений экспертов по оценке уровня целевого показателя.

Если величина t эксперта q превышает максимум β с вероятностью, меньшей определенного предела α’, то это говорит о противоречивости оценки Zq. Обычно за α’ принимают величину порядка 0,05—0,10 и менее.

Значения коэффициента β, удовлетворяющего условию формулы (5), приведены в таблице. В том случае, если количество экспертов превышает 25, следует пользоваться специальными формулами для вычисления соответствующих коэффициентов.

Значения коэффициента β для определения степени противоречивости экспертных оценок

Количество экспертов в группе (m)	Вероятность α		
	0,10	0,05	0,01
3	1,15	1,15	1,15
4	1,42	1,46	1,49
5	1,60	1,67	1,75
6	1,73	1,82	1,94
7	1,83	1,94	2,10
8	1,91	2,03	2,22
9	1,98	2,11	2,32
10	2,04	2,18	2,41
11	2,09	2,23	2,48
12	2,13	2,28	2,55
13	2,18	2,33	2,61
14	2,21	2,37	2,66
15	2,25	2,41	2,70
16	2,28	2,44	2,75
17	2,31	2,48	2,78
18	2,34	2,50	2,82
19	2,36	2,53	2,85
20	2,38	5,56	2,88
21	2,41	5,58	2,91
22	2,43	2,60	2,94
23	2,45	2,62	2,96
24	2,47	2,64	2,99
25	2,49	2,66	3,01

Оценка противоречивости мнения эксперта осуществляется по следующей процедуре:

1) выявляются крайние экспертные оценки;

2) находятся фактические значения величины tq для каждого из экспертов, давших крайние оценки по формуле 4;

3) фактические значения величины tq сравниваются с нормативными значениями коэффициента β (по таблице), опреде-

ленного в зависимости от общего количества экспертов в группе и требуемой величины вероятности α (чаще всего 0,05);

4) если фактическое значение величины tq какого-либо эксперта превышает максимум β, то мнение этого эксперта признается противоречивым, а в противном случае — непротиворечивым.

Следовательно, для каждого из оцениваемых в рамках методики целевых показателей крайние мнения экспертов проверяются на противоречивость. В том случае, если крайние мнения экспертов по оценке уровня какого-либо коэффициента не являются противоречивыми, мнения всех экспертов по оценке этого коэффициента можно считать согласованными.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бешелев С.Д., Гурвич Ф.Г.* Математико-статистические методы экспертных оценок. — М., 1980.

2. *Hwang Ching-Lai Lin Ming-Jeng.* Group Decision Making under Multiple Criteria: Methods and Applications (Series: Lecture Notes in Economics and Mathematical Science / Managing Editors M. Beckmann and W. Krelle). — Berlin; Heidelberg, 1987.

Е.В. Бильчак,
аспирантка, РГУ им. И. Канта,

Н.В. Шарошина,
канд. экон. наук, начальник отдела
перспективного развития мэрии г. Калининграда

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ЭКСКЛАВНОЙ ТЕРРИТОРИИ РОССИИ
(НА ПРИМЕРЕ МО «ГОРОД КАЛИНИНГРАД»)

Предложены пути и варианты формирования стратегий развития муниципальных образований эксклавной территории. Проанализированы нормативные документы, определяющие стратегическое видение развития Калининграда.

In this work the authors propose different ways and options for creation of strategies for the development of municipal units of the exclave territory. The article analyzes statutory documents that define the strategic vision of the development of Kaliningrad city.

Развитие муниципальных образований в условиях реформ местного самоуправления и жилищно-коммунального хозяйства невозможно без внедрения системы стратегического и среднесрочного планирования.

На сегодняшний день в Калининграде принят ряд документов, определяющих стратегию его развития:

— Генеральный план города Калининграда на период до 2015 года;

— Концепция развития города на период до 2015 года;

— Стратегия социально-экономического развития города на период до 2010 г.

Однако вступление в силу (уже после принятия этих документов) нового федерального Закона об Особой экономической зоне, а также начало разработки комплексной программы социально-экономического развития Калининградской области требуют проведения работы по актуализации материалов Концепции и Стратегии развития города.

Главной целью развития любого города является повышение уровня жизни населения на основе обеспечения устойчивого экономического роста. Динамичное развитие экономики предполагает, прежде всего, увеличение объемов инвестиций в развитие производственной и социальной сфер.

Таким образом, центральным местом стратегии муниципального образования должно стать формирование и реализация инвестиционной политики, отвечающей современным вызовам его устойчивого развития.

Калининград в общеобластных показателях занимает существенную долю: 45% населения, 72% хозяйствующих субъектов, свыше 80% промышленного потенциала региона.

Город является ядром региона, где инвестиционная активность наиболее высокая — создаются новые предприятия и рабочие места. Этому во многом способствовал федеральный закон «Об Особой экономической зоне в Калининградской области» от 1996 года, устанавливавший особый, льготный по сравнению с общим, режим взимания таможенных пошлин и иных платежей, уплачиваемых при таможенном оформлении ввозимых на территорию области и вывозимых из нее товаров.

В свою очередь на региональном и муниципальном уровнях были созданы и развиты законодательно-нормативные акты, определяющие особенности льготного налогообложения для организаций, реализующих инвестиционные проекты.

Действовавший хозяйственный режим позволил обеспечить высокие темпы прироста производства, опережающие среднероссийский уровень.

Особенно активное развитие получили обрабатывающие производства, где появилось много новых предприятий. Это автомобилестроение и выпуск сложной бытовой техники, производство пищевых продуктов, мебели. Восстанавливаются и наращивают объемы работ традиционные для города отрасли: судостроение и судоремонт, производство строительных материалов (табл.1).

Таблица 1

Объем производства по отраслям

Показатель	2005 г., млн руб.	В % к 2004 г.	Доля отрасли, %
Обрабатывающие производства, всего	32 640,2	141,5	100,0
В том числе: Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	9 098,3	112,6	27,9
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	1 767,2	118,7	5,4
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	10 748,0	147,0	32,9
Производство транспортных средств и оборудования	2 153,8	113,3	6,6

Источник: Итоги развития экономики и социальной сферы Калининграда в 2005 г. — Калининград, 2006.

Инвестиционные вложения в основной капитал крупных и средних организаций города за 2005 год составили около 16 млрд руб.

Несмотря на интерес к Калининграду и со стороны иностранных инвесторов, объем привлеченных инвестиций остается небольшим. На начало 2005 года объем накопленных

иностранных инвестиций в экономике города составил свыше 108 млн дол., или около 70 % от общего объема, накопленного в экономике области. За 2005 год в экономику города поступило свыше 45 млн дол. иностранных инвестиций (табл. 2).

Таблица 2

Структура формирования инвестиций в экономику г. Калининграда (2000—2005 годы)

Показатель		2000	2001	2002	2003	2004	2005
Финансовые вложения (млн руб.)	Область	2530,2	2178,1	3777,6	3424,8	13211,4	1156,3
	Город	—	1960,6	3522,1	3050,4	12404,5	10713,7
В том числе: Долгосрочные	Область	508,3	306,3	311,7	743,5	602,8	1574,6
	Город	—	208,7	285,4,	727,7	519,5	611,7
Краткосрочные	Область	2021,9	1871,8	3465,9	2609,5	12608,6	10281,7
	Город	—	1751,9	3236,7	2322,8	11885,0	10101,9
Инвестиции в нефинансовые активы (млн руб.)	Область	4175,7	5580,1	6114,7	11515,1	15479,9	17612,1
	Город	—	4705,2	—	10494,9	—	16143,0
Из них: Инвестиции в основной капитал	Область	3642,4	5362,3	5560,2	10980,8	14493,8	17450,6
	Город	3001,2	4675,3	4639,6	10007,9	12690,1	15984,4
Иностранные инвестиции (млн дол.)	Область	19,1	24,6	47,7	56,2	61,9	75,3
	Город	17,8	23,1	46,5	38,6	43,9	45,2

Источники: Сведения об инвестициях крупных и средних предприятий и организаций Калининградской области. — Калининград, 2001—2006; *Инвестиции* в Калининградскую область из-за рубежа и инвестиции из Калининградской области за рубеж / Территориаль-

ный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области. — Калининград, 2001—2006.

В статистическом регистре хозяйствующих субъектов учтено 2524 организации с иностранным капиталом, в том числе: 1212 — чисто иностранные и 1312 — совместные.

Наиболее крупными проектами с иностранными инвестициями, реализованными на территории города за последние годы, являются:

— производство замороженных продуктов быстрого приготовления («Продукты питания», объем инвестиций — 95 млн дол., Хорватия);

— производство холодильников «Snaige» («Техпроминвест», 14 млн дол., Литва);

— мясоперерабатывающий завод («Калининградский деликатес», 4,1 млн дол., Литва);

— холодильный терминал («Гринтерминал», 1,2 млн дол., Норвегия).

Интенсивные контакты с зарубежными фирмами привлекают в Калининград современные производственные и управленческие технологии, которые позволяют калининградскому бизнесу не только успешно работать на российском рынке, но и постепенно выходить на европейский рынок.

Внешняя торговля в регионе продолжает развиваться высокими темпами, о чем свидетельствует рост числа участников внешнеэкономической деятельности, а также натуральных и стоимостных показателей внешней торговли.

Внешнеторговый оборот Калининградской области в 2005 году составил 5,7 млрд дол.[1] Основной объем внешнеторговых операций (5,5 млрд дол.) приходится на страны дальнего зарубежья. Ведущими торговыми партнерами остаются Германия (21,1 % товарооборота), Польша (10 %) и Литва (5,9 %).

Объем экспорта в 2005 году достиг 1,7 млрд дол. Ведущими торговыми партнерами по итогам 2005 года стали Герма-

[1] Здесь и далее приведены данные отдела таможенной статистики КЗ СЗТУ, г. Калининград.

ния (26 %), Франция (13 %) и Финляндия (9 %). Экспортные операции по-прежнему носят ярко выраженную сырьевую направленность. Наибольший удельный вес приходится на продукцию топливно-энергетического комплекса (ТЭК) (72,3 %). Доля продукции, произведенной в ОЭЗ в Калининградской области, составила 20,5 % в общем объеме экспорта.

Объем импортных операций достиг 3,97 млрд дол. Ведущими торговыми партнерами по итогам 2005 года стали Германия (20 %), Польша (13 %) и Китай (8 %). Доля Австрии в объеме импорта составила 0,6 %. Наибольший удельный вес в товарной структуре импорта приходится на продукцию машиностроения (49 %) и продовольственные товары (23 %).

На остальную территорию России в 2005 году вывезено 1 087,6 тыс. тонн продукции ОЭЗ в Калининградской области общей стоимостью 2,4 млрд дол. В основном это бытовая техника, легковые автомобили, готовые или консервированные продукты из мяса и рыбы, мебель, электрооборудование, ковровые покрытия.

Безусловно, вступивший в силу новый федеральный закон «Об Особой экономической зоне в Калининградской области» окажет существенное влияние на развитие внешнеэкономической и инвестиционной деятельности в регионе. Трансформация режима ОЭЗ призвана способствовать активному развитию инвестиционной деятельности, созданию высокотехнологичных конкурентоспособных производств, ориентированных не только на импортозамещение, но и на экспорт.

Данные законодательные изменения требуют разработки новых подходов к формированию муниципальной инвестиционной политики. В рамках своих полномочий органы местного самоуправления Калининграда должны сосредоточить усилия на создании в городе условий для эффективной бизнес-деятельности.

В первую очередь это касается решения задач по выведению многочисленных объектов городской инфраструктуры на качественно новый уровень. Необходимо существенно увеличить финансирование адресной инвестиционной программы города (табл. 3).

Таблица 3

Структура расходов бюджета г. Калининграда в 2003–2006 годах (млрд руб.)

Показатель	2003	2004	2005	2006 (план)
Расходы городского бюджета, всего	2,8	3,3	4,5	5,2
Адресная инвестиционная программа	0,2	0,3	0,7	0,5
Доля в общих расходах, %	7,1	9,0	15,5	9,6

Выработка единой инвестиционной политики в соответствии с Генеральным планом и стратегией развития города Калининграда может включать следующие группы мероприятий.

1. Совершенствование административного сопровождения и информационного обеспечения инвестиционной деятельности:

1.1. Разработка и утверждение регламента работы мэрии города с инвестиционными проектами (для выработки конкретного механизма работы мэрии с поступающими инвестиционными предложениями и проектами, а также для упрощения процедур и сокращения сроков рассмотрения и принятия решений).

1.2. Создание и обеспечение постоянного функционирования при мэре города координационного совета по вопросам инвестиций, в состав которого должны быть включены руководители структурных подразделений мэрии и представители государственных структур (электроэнергетика, газ, экология и другие).

1.3. Подготовка информационных продуктов, необходимых инвестору, и их актуализация; очень важно, чтобы информация об инвестиционных возможностях и «правилах игры» в городе была актуальной (пригодной для принятия решений), доступной (находилась в одном источнике) и бесплатной.

2. Формирование благоприятного имиджа города:

2.1. Осуществление регулярных мероприятий по продвижению города для привлечения инвестиций, в том числе бизнес-миссии в другие регионы, встречи с потенциальными ин-

весторами в Калининграде, участие в международных инвестиционных форумах, организация постоянных и выездных выставок местных товаропроизводителей.

2.2. Подготовка маркетинговых продуктов (буклетов о городе, каталогов предложений, презентаций и других промоматериалов).

3. Привлечение инвестиций в создание резервов экономического роста — развитие инфраструктуры (создание площадок для размещения инвестиционных проектов, обеспеченных электроэнергией и коммуникациями).

3.1. Разработка и управление реализацией муниципальных инвестиционных программ развития инфраструктуры города с бюджетно-коммерческим финансированием.

3.2. Привлечение инвестиций для развития инфраструктуры города, осуществляемых через финансовые институты ЕС (Европейский банк реконструкции и развития, Европейский инвестиционный банк, Северный инвестиционный банк и др.).

В заключение необходимо отметить, что для создания привлекательной инвестиционной среды в Калининградской области в целом и повышения ее конкурентоспособности на инвестиционном рынке необходимо обеспечить формирование в каждом муниципальном образовании региона стратегий развития, определение приоритетов направления инвестиционных ресурсов и создание системы поддержки инвестиционной деятельности на муниципальном уровне.

Л.В. Смирнова,
консультант министерства по развитию территорий и взаимодействию с органами местного самоуправления правительства Калининградской области

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИОРИТЕТОВ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Определены приоритеты развития региональной экономики. Предложены пути преобразования экономического районирования области.

The article defines the regional economy's development priorities, and proposes ways for reformation of the region's economic zoning.

Федеративное устройство и деление на республики по национальному принципу, в значительной степени способствовавшие распаду Советского Союза, повлекли за собой распад экономики. Ни одно из государств, образовавшихся из советской федерации, не получило достаточно развитой самостоятельной экономики, обеспечивающей потребности населения. Особо остро распад экономических связей сказался на калининградской экономике, которая в силу эксклавного положения области гораздо острее испытывает на себе трудности становления страны.

С началом рыночных реформ дифференциация муниципалитетов Калининградской области стала быстро усиливаться. Это можно объяснить рядом причин. Прежде всего — неодинаковой адаптируемостью к рыночной конкуренции районов области с разной структурой экономики, которыми руководят главы муниципалитетов, имеющие разные менталитеты. Обусловливает дифференциацию и значительное ослабление регулирующей роли региональной власти (сокращение финансовой поддержки, отмена большинства региональных экономических и социальных компенсаторов). Кроме того, возникшее фактическое неравенство муниципалитетов в экономических отношениях с региональной властью порой обусловлено не объективной целесообразностью, а лоббистскими способностями муниципальных лидеров.

Все это привело к тому, что Калининградскую область можно охарактеризовать как регион с четко прослеживаемой диспропорцией промышленно-производственного потенциала, разными уровнями обеспеченности объектами инженерной и социальной инфраструктуры, социально-экономического развития и как следствие — жизненного уровня населения. Условно можно выделить западную часть области — более развитая и заселенная территория; и восточную часть со значи-

тельно меньшей плотностью населения и более низкими показателями социально-экономического развития.

Так, доля трудоспособного населения практически одинакова на территории всех муниципальных образований области (исключение составляет Краснознаменский городской округ), а уровень занятости населения имеет значительные отклонения от среднестатистического, как и уровень среднемесячной заработной платы (по отношению к прожиточному минимуму соотношение колеблется от 1—1,2 в Нестеровском, Краснознаменском, Славском, Озерском, Гусевском, Правдинском городских округах до 2,2—2,7 в Гурьевском и Калининградском городских округах).

Итоговыми показателями дифференциации уровня развития территорий являются показатели бюджетной обеспеченности жителей муниципальных образований, уровень дотационности и дефицитности местных бюджетов. Так, в консолидированный бюджет муниципальных образований (все данные приводятся без показателей областного бюджета) львиная доля доходов (67,5 %) поступает от Калининградского городского округа. На долю остальных 21 городского округа и муниципального района приходится лишь 32,5 % доходов, из которых 5 % — доля Гурьевского городского округа, 3,5 % — Черняховского городского округа, 3,3 и 3,2 % — Советского и Светловского городских округов. Традиционно низкий налоговый потенциал находится в муниципалитетах с большой долей сельского населения. В таких муниципальных образованиях зависимость от финансовой поддержки за счет средств областного бюджета весьма высока и составляет до 84 % всех доходов.

Неравномерность экономического развития отражается в уровне бюджетной обеспеченности населения. Дифференциация между наиболее и наименее обеспеченными собственными доходами муниципальными образованиями (без учета финансовой помощи из областного бюджета) достигает 6—8-кратного размера (Краснознаменский, Озерский, Славский городские округа по сравнению с Калининградским городском округом). Существующий механизм межбюджетного регулирования позволяет

сократить разрыв в уровне бюджетной обеспеченности до 1,4 раза, однако он не отвечает принципам развития, а служит лишь инструментом выравнивания до среднего уровня бюджетной обеспеченности с целью поддержания текущего функционирования бюджетной сферы и отрасли жилищно-коммунального хозяйства на минимально допустимом уровне.

Муниципальные образования имеют в основном монопрофильную экономику и главными донорами их бюджетов выступают одно-два предприятия. Такие территории наиболее уязвимы при изменении экономических условий. Отсутствуют муниципальные образования-лидеры, за исключением Калининграда, который пока слабо влияет на развитие других территорий. Существующая ситуация не обеспечивает конкурентоспособность муниципальных образований и территории в целом.

Анализ фактической социально-экономической дифференциации муниципалитетов Калининградской области приводит к выводу о неосуществимости полного выравнивания регионов в обозримой перспективе. Практический смысл может иметь более скромная цель: уменьшение отставания экономически менее развитых муниципалитетов.

Прямое участие региона в развитии объектов экономики и социальной сферы в регионах — один из способов адресного регулирования (микроинструмент). Наиболее типичный пример такой деятельности — осуществление инвестиционных проектов, имеющих региональную значимость (строительство и реконструкция за счет регионального бюджета автомагистралей, образовательных, культурных и медицинских учреждений), а также проектов, оказывающих значительное позитивное влияние на рост занятости, увеличение налоговой базы, качество социального обслуживания в конкретных муниципалитетах.

Однако масштабы такой экономической поддержки в ближайшие годы не могут быть значительными и достаточными из-за ограниченности региональных финансовых ресурсов.

Поэтому пока главный путь — это саморазвитие регионов на основе использования собственного потенциала, конкурентных преимуществ и привлечения инвестиций.

Первостепенное значение приобретает укрепление и создание нового отечественного производителя, чьи товары и услуги могли бы быть конкурентоспособными на отечественных и международных рынках.

Но существующие масштабы инвестиций явно недостаточны даже для простого воспроизводства основного производственного капитала с учетом его нарастающего износа. Для создания прогрессивной технической базы устойчивого экономического роста необходимо резкое ускорение инвестиционного процесса в регионе в целом.

Инвестиции в основной капитал в разрезе административно-территориальных образований также распределились неравномерно. Основной объем инвестиций (более 90%) приходится на Калининград.

Таким образом, переход России от директивно-плановой к регулируемой рыночной экономике в условиях активного влияния мировых процессов глобализации требует новых подходов в управлении региональной экономикой. Усиливающаяся дифференциация муниципалитетов Калининградской области по социально-экономическому уровню развития свидетельствует, прежде всего, об отставании территориальной организации экономики региона.

Нынешнее административно-территориальное деление Калининградской области находится в противоречии с важнейшей задачей: обеспечить в регионе концентрацию различных форм собственности, финансовую самодостаточность, благоприятный инвестиционный климат и условия для реализации целевых комплексных программ.

Суть преобразований экономического районирования должна состоять в выполнении следующих условий:

— учет специфики муниципалитетов в осуществлении региональной структурной, инвестиционной, финансовой, социальной, внешнеэкономической и других политик;

— перенос ряда направлений реформы в основном на местный уровень (особенно в малом предпринимательстве, со-

циальной сфере, охране природы и использовании природных ресурсов);

— активизация экономической деятельности с учетом местных условий, создание необходимого для этого предпринимательского климата;

— разработка специальных программ проведения реформ в муниципалитетах с особо отличающимися условиями;

— разработка стратегий и программ социально-экономического развития муниципальных образований.

Разработка принципиально новой территориально-организационной структуры должна способствовать укреплению государственного строя в Калининградском регионе и обеспечивать управляемость социально-экономического и общественного развития муниципальных образований области.

И.В. Фролов,
аспирант, РГУ им. И. Канта

ПРОЕКТ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СБОРОЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Представлены различные группы методов оценки конкурентоспособности предприятий. Особый акцент сделан на оценке конкурентоспособности сборочных предприятий, а также на системе показателей этой оценки. Дана методика оценки конкурентоспособности на основе системы показателей, разработанной автором с учетом специфики сборочных предприятий.

The article present various groups of methods used for assessment of competitiveness of enterprises. The author concentrates on the assessment of competitiveness of assembly plants, as well as on the system of indicators of this assessment. This work presents methods for competitiveness assessment based on the system of indicators devel-

oped by the author considering the specific features of assembly plants.

Конкуренция в современной экономике играет все возрастающую роль. Особенно сильно ее влияние испытывают сборочные компании. В этом влиянии можно отметить два направления. Во-первых, выходя со своей продукцией на рынок, сборочные предприятия сталкиваются с импортерами тех же товаров. Во-вторых, крупные мировые производители с каждым годом усиливают свое присутствие на российском рынке через строительство новых сборочных заводов. Таким образом, сборочные предприятия должны конкурировать как с подобными им компаниями, так и с импортерами. Для усиления своих конкурентных позиций фирма должна четко определить направления использования незадействованных резервов повышения конкурентоспособности. В связи с этим, вопросы методики оценки конкурентоспособности сборочных предприятий становятся весьма актуальными. Анализ показывает, что предлагаемые в современной экономической литературе методы оценки конкурентоспособности организаций предназначены, прежде всего, для производственных компаний и не в полной мере учитывают специфику сборочных предприятий. В связи с этим в настоящее время существует необходимость разработки методики оценки конкурентоспособности именно таких производств.

В экономической литературе представлены различные группы методов оценки конкурентоспособности предприятий [4]. Самыми наглядными из них являются графические. Однако они имеют существенный недостаток — отсутствие точной количественной оценки. Матричные методы также достаточно наглядны, но, с другой стороны, очень требовательны к информации, которую зачастую трудно получить. Пожалуй, самыми распространенными методами оценки конкурентоспособности организаций являются аналитические методы. Они наиболее универсальны, позволяют сравнить конкурентоспо-

собность разных структур. К недостаткам аналитических методов можно отнести широкое использование экспертных оценок тех или иных параметров, что вносит субъективный аспект в получаемый результат.

При оценке конкурентоспособности сборочных предприятий можно использовать любые описанные выше методы. Их выбор будет определяться в каждом конкретном случае в зависимости от ряда факторов, таких как доступное время, возможность получения необходимой информации, возможность обработки этой информации, доступные финансовые ресурсы. Однако независимо от того, какой метод оценки конкурентоспособности предприятия выбран, он должен наиболее полно учитывать основные условия, в которых работает сборочная организация, а также те особенности, которые этой организации присущи.

Можно выделить три основных фактора, оказывающих значительное влияние на конкурентоспособность сборочных предприятий: бренд, инновации, транспорт и логистика [4]. Следует еще раз подчеркнуть, что это основные, но отнюдь не все факторы, оказывающие большое влияние на конкурентоспособность сборочной компании. На основе данных выводов, а также ряда работ, посвященных этой проблематике [1; 2; 4], в данной статье предлагается методика оценки конкурентоспособности сборочных организаций. Она относится к группе аналитических [4]. Данный выбор не случайный. Аналитические модели позволяют сочетать экспертные оценки со статистическими данными, а их результаты можно представить графически. Таким образом, точность, наглядность и достаточная объективность дает аналитическим моделям преимущество по сравнению с графическими или матричными. Более того, в условиях ограниченной информации некоторые показатели бывает весьма сложно получить. В таком случае их можно заменить экспертными оценками, хотя при этом снижается объективность полученных результатов.

Итак, предлагаемая методика оценки конкурентоспособности сборочных предприятий основана на системе показателей, разработанной автором с учетом специфики сборочных ком-

паний. Анализируемые в модели показатели представлены в представленной ниже таблице. Предлагаемая методика оценки конкурентоспособности рассматривает потенциал сборочных организаций в следующих аспектах: производство, сбыт, инновации, имидж, менеджмент, финансы, кадры, внешняя среда. Рассмотрим роль каждого показателя в модели более подробно:

Система показателей для оценки конкурентоспособности сборочных предприятий

Показатель	Единица измерения
Трудоемкость сборки единицы изделия	Человеко-час
Количество стратегических партнеров	Ед.
Количество выпускаемых моделей товаров	Шт.
Срок предоставляемой гарантии	Лет
Уровень рекламаций	% от объема выпуска
Средний возраст оборудования	Лет
Уровень цен на изделия	В % к цене импортируемого аналога
Количество регионов, в которых есть дилеры	Ед.
Уровень внедрения инноваций в процесс сборки	Балл
Уровень организации логистики на предприятии	Балл
Транспортная обеспеченность региона	Балл
Льготы, которыми пользуется организация	Балл
Имидж организации	Балл
Финансовые возможности организации	Балл
Уровень менеджмента	Балл
Текучесть кадров	Балл
Уровень образования работников	Балл

Трудоемкость сборки единицы изделия характеризует деятельность предприятия в целом. На трудоемкость оказывает влияние множество факторов, таких как применяемая технология и оборудование, менеджмент, организация процесса сборки, уровень подготовки рабочих. Благодаря такому широкому охвату деятельности предприятия данный показатель может применяться для оценки конкурентоспособности сам по

себе. Так, трудоемкость как показатель применяется в США при осуществления ежегодного исследования сборочных операций в автомобилестроении, проводимого «Harbour and Associates» — консалтинговой фирмой, расположенной в штате Мичиган [4]. Согласно методике «Harbour and Associates», для характеристики производительности труда на сборочных заводах применяется отношение отработанных человеко-часов, приходящихся на один автомобиль, к выпуску продукции в натуральном выражении. Использование показателя производительности труда для оценки конкурентоспособности сборочных предприятий удобно в случае необходимости быстрого сравнения нескольких предприятий отрасли при недостатке информации. Такой способ может пригодиться руководителям сборочных заводов при принятии оперативных решений. Например, для выяснения того, как повлияет то или иное мероприятие или инновация на деятельность организации в целом по сравнению с конкурентом.

Следующий показатель предлагаемой методики — *количество стратегических партнеров* — позволяет учесть влияние бренда. Чем больше у сборочного предприятия всемирно известных стратегических партнеров, тем выше его шансы на успех в конкурентной борьбе. Другими словами, наличие нескольких партнеров позволяет несколько снизить степень зависимости от них. Ведь, к примеру, при появлении проблем с продажей товаров одного бренда можно получать доход от сборки продукции других брендов.

Количество выпускаемых моделей товаров — этот показатель схож с предыдущим. Однако в отличие от первого он характеризует технологический потенциал сборочного предприятия. Кроме того, выпуск нескольких моделей товара позволяет организации работать на нескольких рыночных сегментах одновременно, что также дает возможность снижать зависимость от требований современных динамично развивающихся высококонкурентных рынков.

Следующие два показателя предлагаемой методики характеризуют качество собираемых товаров. *Срок предоставляе-*

мой гарантии и уровень рекламаций связаны друг с другом. Однако если предоставляемая гарантия отражает качество, заявленное производителем, то уровень рекламаций показывает реальное качество товара. Эти два показателя могут меняться с течением времени. Так, первоначально ЗАО «Автотор» предоставляло на свои автомобили гарантию в 3 года. Однако после нескольких лет совершенствования технологии сборки срок гарантии был увеличен до 5 лет.

Средний возраст оборудования. Этот показатель отражает уровень использования инноваций. Новые станки, роботы, линии позволяют добиться снижения трудоемкости сборки. Одновременно повышается качество готовой продукции. Поэтому чем меньше средний возраст используемого оборудования, тем выше конкурентоспособность сборочного предприятия.

Еще один показатель предлагаемой методики — *уровень цен на изделия по сравнению с импортируемым аналогом.* Этот элемент модели отражает степень локализации производства. Использование большего числа отечественных комплектующих позволяет постепенно снизить зависимость от стратегического партнера и в перспективе перейти от сборки к производству.

Количество регионов, в которых есть дилеры, характеризует уровень развития сбытовой сети. Любое производство немыслимо без сбыта. Чем больше развита дилерская сеть сборочной компании, тем, как правило, выше ее финансовые возможности. Поэтому и шансы победить конкурента у нее также выше.

Уровень внедрения инноваций в процесс сборки. Это чрезвычайно важный показатель. В сфере сборки изделий постоянно появляются новые методы, материалы, инструменты. Наука не стоит на месте. Использование передовых достижений ученых в практической деятельности способствует более эффективному процессу сборки изделий. При этом необходимо учитывать не только количество осуществляемых инновационных мероприятий, но и их качество, то есть полученный положительный эффект.

Уровень организации логистики на предприятии. Этот показатель учитывает наличие складов, их оснащенность, схему организации внутризаводских транспортных потоков, процедуры замены бракованных комплектующих.

Транспортная обеспеченность региона. При оценке данного показателя должны учитываться такие моменты, как наличие различных видов транспорта, их пропускная способность, тарифы. В отличие от логистики этот показатель характеризует состояние внешней среды сборочного предприятия.

Льготы, которыми пользуется организация. Данный показатель был включен в методику на основе анализа опыта создания сборочных компаний в России, который показал, что многие подобные фирмы начинают работать в особых экономических зонах. Более того, новый Федеральный закон об Особых экономических зонах позволяет надеяться, что вновь создаваемые сборочные организации также будут пользоваться определенными льготами.

Имидж организации. Данный показатель учитывает как влияние бренда собираемой продукции, так и репутацию самой сборочной компании.

Финансовые возможности организации. При оценке данного показателя необходимо учитывать размер собственного и заемного капитала компании, ее платежеспособность, объем продаж, рентабельность, оборачиваемость активов. Не все из названных показателей легко получить. При отсутствии необходимой информации можно применить экспертные оценки. Однако при этом несколько снизится объективность полученного результата.

Уровень менеджмента. Здесь нужно учесть сертификацию системы управления, методы производства, стратегию, соответствие организационной структуры фирмы выбранной стратегии. Для этой цели больше подходит экспертная оценка.

Текучесть кадров. Весьма важный показатель, характеризующий условия труда на предприятии. Чем выше текучесть кадров — тем ниже конкурентоспособность. Ведь вновь при-

бывшим работникам требуется время, чтобы адаптироваться к коллективу; кроме того, их нужно обучить применяемым методам. И уровень брака у новых работников, как правило, выше.

Уровень образования работников. При оценке данного показателя следует учесть образование как рабочих, так и инженерно-технических работников и служащих.

После рассмотрения всех используемых показателей можно перейти к этапам предлагаемой методики оценки конкурентоспособности сборочных предприятий. На первом этапе осуществляется выбор объекта оценки. О конкурентоспособности целесообразно говорить лишь в сравнении. Другими словами, при оценке конкурентоспособности нужно выбрать по крайней мере два объекта оценки. Можно сравнивать конкурентоспособность одной организации в разные периоды времени, можно сравнить конкурентоспособность данной организации с идеальным (желаемым) состоянием, а можно сравнивать организацию с ее конкурентами. В любом из перечисленных случаев необходимо определить объекты оценки.

На втором этапе предлагаемой методики осуществляется установление весовых коэффициентов при показателях (см. табл.). Это необходимо для того, чтобы можно было сравнить организации разных отраслей, так как степень влияния показателя на конкурентоспособность фирмы зависит от отрасли. К примеру, уровень образования работников, занятых на предприятии аэрокосмической сферы, важнее, чем для компании, собирающей бытовые приборы. На данном этапе необходимо использовать экспертные оценки. В качестве экспертов необходимо использовать специалистов, работающих в той же сфере, что и сборочное предприятие, поскольку они должны быть хорошо знакомы со спецификой отрасли.

На третьем этапе определяются значения показателей для всех объектов оценки. При этом там, где возможно, следует использовать статистические данные, чтобы повысить объективность полученного результата. Тем не менее при отсутствии таких данных следует использовать мнения экспертов.

Четвертый этап предлагаемой методики — расчет индексов единичных показателей для каждого объекта, определенного на первом этапе, по формуле:

$$I_{ij} = \frac{П_{ij}}{П_{ib}},$$

где I_{ij} — индекс i-го показателя j-го объекта;

$П_{ij}$ — значение i-го показателя j-го объекта;

$П_{ib}$ — значение i-го показателя базового объекта. В качестве базового выбирается тот объект, у которого значение i-го показателя наилучшее с точки зрения влияния на конкурентоспособность.

На пятом этапе методики осуществляется расчет интегрального показателя конкурентоспособности для каждого объекта. Расчет выполняется по формуле:

$$K_j = \sum_{i=1}^{n}(k_i \cdot I_{ij}),$$

где K_j — интегральный показатель конкурентоспособности j-го объекта;

n — количество единичных показателей конкурентоспособности;

k_i — весовой коэффициент i-го показателя.

Последний этап предлагаемой методики оценки конкурентоспособности сборочных предприятий предусматривает оформление результатов и составление на их основе заключения, соответствующего цели исследования.

Следует еще раз отметить, что данная методика может использоваться не только для сравнения эффективности функционирования различных сборочных предприятий, но также для выявления слабых сторон сборочной компании, которые требуют улучшений. Иными словами, предлагаемый проект методики позволяет сборочной компании определить направления деятельности, в которых имеются резервы роста конкурентоспособности организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Ахматова М., Попов Е.* Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг. — 2003. — № 4 (71). — С. 25—38.

2. *Фасхиев Х.А., Попова Е.В.* Как измерить конкурентоспособность предприятия? // Маркетинг в России и за рубежом. — 2003. — № 4 (36). — С. 53—68.

3. *Фролов И.В.* Экономические проблемы развития сборочных инновационных предпринимательских структур в эксклавном регионе // Экономические проблемы инновационно-стратегического развития эксклавного региона России / Под ред. В.В. Ивченко. — Калининград, 2004.

4. *Фролов И.В., Маточкин Ю.Г.* Концепция методики оценки конкурентоспособности сборочных предприятий // Инновационно-стратегические аспекты развития предпринимательства в Калининградской области. — Калининград, 2006.

Е.М. Шпак,
аспирантка, РГУ им. И. Канта,
(научный руководитель —
канд. экон. наук, доцент А.М. Чуйкин)

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ НЕПРОФИЛЬНЫХ БИЗНЕС-ЕДИНИЦ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Исследована и проанализирована проблема реструктуризации непрофильных активов промышленных предприятий. Предложены способы преобразования непрофильных бизнес-единиц с целью повышения эффективности основного производства и его конкурентоспособности на рынке с помощью реструктуризации подразделений непрофильной сферы.

This article studies and analyzes the problem of restructuring of non-specialized assets of industrial enterprises. The author proposes methods for the reformation of

non-specialized business units to increase the efficiency of the main production and its competitiveness in the market through restructuring of non-specialized subdivisions.

В последнее время перед предприятиями различных отраслей промышленности остро стоит вопрос освобождения от непрофильных и вспомогательных подразделений и сосредоточения на основной деятельности. Для его решения целесообразно провести реструктуризацию активов предприятия, которая сегодня определяется не как радикальный метод выхода из кризиса или банкротства за счет массового увольнения сотрудников, а как комплекс структурных преобразований в компании, приводящих к определенным положительным изменениям в ней. Вид, характер и результат этих изменений зависит уже от конкретной ситуации, задач, целей, ресурсов и т. д. То есть сейчас некоторые руководители осознают, что преобразования необходимы не только в условиях уже возникшего кризиса. Но изменениям могут подвергнуться и благополучные, быстро растущие предприятия. Поэтому одним из целесообразных способов преобразований, к которому прибегают предприятия в вышеперечисленных ситуациях, является именно реструктуризация [2, с. 111].

Проблема реструктуризации непрофильных активов как одного из направлений довольно актуальна для российских предприятий, поскольку еще с советских времен в их состав входили все комплексы, обеспечивающие полный цикл производства продукции: профильные подразделения, работа которых направлена на реализацию основного вида деятельности предприятия, а также непрофильные бизнес-единицы — это подразделения компании, которые выполняют обеспечивающие и/или поддерживающие функции по отношению к основному бизнесу компании и по характеру привязанности к нему делятся на следующие структуры.

• Вспомогательные бизнес-единицы; наиболее часто к ним относят цеха и производства, выполняющие функции, обеспечивающие деятельность основного производства (ремонт,

транспорт, строительство, производство материалов). При наличии конкурентного рынка такие активы часто бывает полезно выделить из компании.

• Социальные активы (детские сады, базы отдыха и спортивные центры, жилье, медицинские учреждения). Эти объекты входят в так называемый «социальный пакет», предоставляемый сотрудникам организации. В большинстве случаев выгодным предложением может быть переход к рыночным методам формирования социального пакета (медицинская страховка, кредиты на жилье и т. д.) и продажа социальных объектов.

• Сторонние активы — бизнес, слабо связанный с основным (торговля, финансовые услуги). Эта группа активов может рассматриваться как финансовые вложения, поэтому их целесообразность можно оценивать путем простого сравнения с доходностью альтернативных вариантов инвестирования [3].

Несмотря на затраты, содержание непрофильной сферы было не только необременительно, но даже выгодно в период плановой экономики, поскольку финансовые результаты предприятий оценивались только номинально — по объему произведенной продукции в сравнении с планом. Кроме того, многие заводы и фабрики выступали в качестве градообразующих предприятий.

При переходе к рыночной экономике большинство производственных предприятий было приватизировано и передало содержащиеся на их балансе жилые здания и другие объекты в собственность органов государственного управления. Но остальные непрофильные бизнесы оставались целиком на содержании предприятия.

При этом вставал вопрос о целесообразности — с экономической точки зрения — использования непрофильных активов. Поэтому в целях повышения эффективности основного производства и конкурентоспособности на рынке необходимо провести реструктуризацию подразделений непрофильной сферы. В современной практике реструктуризации подвергаются те бизнес-единицы компании, которые являются некон-

курентоспособными и деятельность которых не соответствует общей стратегической концепции развития компании.

В России схема реструктурирования каждого предприятия носит индивидуальный характер, требующий учета его отраслевых и производственно-технологических особенностей, взаимосвязей между подразделениями. В рамках исследования рейтингового агентства «Эксперт РА» (2004 г.) было проведено более десятка интервью с ведущими специалистами по реструктуризации компаний, результатом чего стало заявление о том, что единого способа реструктуризации для каждого предприятия не существует. Рекомендации в данном случае следующие: выбор методов реструктуризации зависит, во-первых, от стратегии компании, а также от таких факторов, как масштаб компании и географическое положение ее подразделений; во-вторых, от структуры компании — как организационной, так и юридической; и, в-третьих, от направления деятельности, которой занимается компания, от того, является она монопродуктовой или структура ее производства диверсифицирована [4].

Определенной статистики реструктуризации по российским предприятиям пока нет, поскольку многие компании находятся в процессе реструктуризации или готовятся к ней. Однако западные компании уже давно осуществляют подобные структурные изменения. По статистике, успешная реструктуризация увеличивает стоимость компании втрое. Одно известие о начале реструктуризации сразу повышает курс акций на 5—10%, а после грамотно проведенных преобразований — еще на 20—30%. Примеров, подтверждающих рост стоимости компании, много. Еще в 1980-е годы США начали разукрупнять конгломераты из-за их неэффективности. По информации компании McKinsey, в 1979 году в Америке было 165 конгломератов: 33% их них распродали непрофильные направления бизнеса и сосредоточились на основном виде деятельности. Еще 35% конгломератов были поглощены или ликвидированы. Таким образом, для американцев стало очевидно, что реализация синергетических эффектов в рамках этих структур происходит далеко не всегда. Более того, для

диверсифицированных компаний характерно распыление ресурсов по множеству направлений деятельности, а в результате в каждом из бизнесов компания работает менее эффективно, чем ее конкуренты, и проигрывает им.

По результатам исследования консультантов McKinsey, самые динамичные компании, достигшие рекордных темпов роста объема продаж (более 100% в год), — это узкоспециализированные компании. Большинство из них сосредоточивает все усилия на одном конкретном товаре или одной услуге. И лишь некоторые предоставляют покупателям комплекс тесно связанных между собой товаров и услуг. Диверсифицированных компаний среди лидеров роста попросту нет [6].

В России ситуация немного иная. Как утверждают данные исследований Института стратегического анализа и развития предпринимательства, для большинства компаний ведущая тенденция организационных изменений последних лет — интеграционная. Интеграционные процессы характерны для многих отраслей промышленности: текстильной, пищевой, машиностроения, металлургии, нефтехимической и т.д. — и наиболее распространенной формой объединения является создание крупных вертикально — интегрированных компаний, связывающих добычу, транспортировку, глубокую переработку сырья и сбыт готовой продукции (например, компания «ЛУКойл»).

Сейчас уже крупные предприятия и компании России стараются брать пример у западных коллег в области управления вертикально интегрированными структурами. Так, ЮКОС фактически повторил западную структуру управления вертикально интегрированной корпорацией. При этом компания проделала огромную работу по коренной реструктуризация непрофильных активов — она была нацелена на снижение издержек и сопровождалась массовыми увольнениями. И уже через три года после начала структурной перестройки капитализация компании выросла в десять раз (по данным на сентябрь 2003 года) [6].

Нефтяная компания «ЛУКойл» с 2001 года реализует программу реструктуризации, которая направлена на улучшение финансовых показателей компании за счет оптимизации ее орга-

низационной структуры, вывода за пределы сервисных подразделений и непрофильных активов (прежде всего буровых, строительных финансовых и торгово-посреднических), за счет снижения издержек и повышения прозрачности и открытости компании. Уже в 2001 году из состава группы «ЛУКойл» были выделены 152 неперспективные и непрофильные организации. В начале текущего года «ЛУКойл» принял решение о передаче 100% уставного капитала ООО «ЛУКойл-Пермь», которое ведет разведку и добычу нефти и газа в 23 административных районах Прикамья, из группы «ЛУКойл Оверсиз Холдинг» в собственность компании. Кроме того, в рамках программы реструктуризации «ЛУКойл» намерен продавать свое буровое подразделение и ряд других, которые выделены из состава предприятия в дочерние структуры, но, по сути, остаются структурными подразделениями, жестко привязанными к материнской компании.

Что касается дочерней компании «ЛУКойл» в нашем регионе — «ЛУКойл-Калининградморнефть» (как, впрочем, и в других областях), — в структуре этого предприятия присутствуют различные непрофильные бизнес-подразделения, которые могли бы действовать на рынке как самостоятельные и оказывать услуги не только материнской компании, но и другим нефтяным предприятиям, работающим в Калининградской области. Например, управление технического транспорта и специальной техники. Естественно, все единицы транспорта, находящиеся на балансе предприятия, не эксплуатируются в полной мере или эксплуатируются неэффективно, то есть, например, автобусы, перевозящие сотрудников к местам работы (в основном на объекты, находящиеся в области) и обратно, днем простаивают. Отсюда следует, что транспортные услуги в необходимом объеме можно заказывать у специализированных компаний. Но прежде чем выделять данные подразделения из структуры предприятия, необходимо четко взвесить все «за» и «против», а точнее, проработать следующие моменты.

- Правильное разнесение постоянных затрат на непрофильное производство (в том числе оценка затрат на подразделения, которых сейчас нет).

• Анализ рынка альтернативных поставщиков, выполняющих те же работы или оказывающих те же услуги, что и непрофильная бизнес-единица.

• Оценка инвестиционной потребности выделяемого подразделения на 3—5 лет. Это делается для того, чтобы рассчитать, нужно ли и в каком количестве вкладывать средства в развитие подразделения, и соотнести результат с оценкой расходов на содержание данной службы в составе компании.

И только после комплексного анализа необходимости и целесообразности выделения и продажи непрофильных активов реструктуризация может пройти успешно, что позволит компании сконцентрироваться на основной деятельности, повысить прозрачность и эффективности бизнеса, а это в конечном итоге приведет к росту конкурентоспособности предприятий, повышению их капитализации и инвестиционной привлекательности.

Но несмотря на сильное влияние западных «стандартов», такая структура, как диверсифицированная компания, остается пока наиболее жизнеспособной в нашей рыночной среде. И как отмечает младший партнер компании McKinsey М. Шамолин, есть ряд причин, по которым некоторые предприятия не торопятся следовать глобальным тенденциям [6].

1. Диверсификация способствует большей устойчивости компании на локальных рынках, поскольку она минимизирует операционные риски за счет работы на нескольких рынках.

2. Уровень конкуренции достаточно низок, а уровень коррупции достаточно высок, поэтому в целях защиты от административного нажима компании укрупняются и диверсифицируются. Это способствует, например, уменьшению некоторых налогов, получению налоговых льгот.

3. Историко-географические особенности многих российских предприятий. Вот пример одного завода в Сибири, построенного еще во времена СССР. На нем работает 500 человек, 70 из них — ремонтники. Понятно, что это непрофильный бизнес, но его нельзя просто так взять и отделить. У этого бизнеса не будет перспективы, потому что в тех условиях не-

возможно будет найти нового клиента, а заказчики не найдут нового поставщика. Связано это с тем, что предприятие давно и благополучно действует на рынке, имеет свою историю развития, а в случае выделения из состава непрофильного бизнеса может нарушиться уже десятилетиями отработанная технологическая цепочка.

4. Низкое качество менеджмента. В большинстве случаев менеджмент просто не готов к новациям. Многие не хотят следовать в своей работе новым требованиям к качеству управления, некоторые боятся сокращения кадров, а другие считают преобразования просто потерей времени и средств.

Интеграция крупных компаний с банками и другими финансовыми организациями может привести к привлечению дополнительных ресурсов, необходимых для осуществления научных исследований, то есть предприятие экономит на дорогостоящих разработках в области науки и технологии. Интеграция, например, малого бизнеса со сбытовыми и иными структурами приведет к снижению трансакционных издержек.

Трансакционные издержки, по определению Р. Капелюшникова [6], это издержки экономического взаимодействия, в состав которых входят:

— издержки принятия решений, выработки планов и организации предстоящей деятельности, ведения переговоров о ее содержании и условиях, когда в деловые отношения вступают два участника или более;

— издержки по изменению планов, пересмотру условий сделки и разрешению спорных вопросов, когда это диктуется изменившимися обстоятельствами;

— издержки обеспечения того, чтобы участники соблюдали достигнутые договоренности.

В своей работе «Категория трансакционных издержек» Капелюшников делит их на три части. Первая часть, предварительная, относится к моменту до совершения сделки (сбор информации); вторая приходится на момент оформления (переговоры и заключение контракта), третья носит постконтрактный характер (меры безопасности против оппортунисти-

ческого поведения, то есть недобросовестного поведения, нарушающего условия сделки или нацеленного на получение односторонних выгод в ущерб партнеру) [6].

Таким образом, видно, что при объединении компаний трансакционные издержки уменьшаются, но они все равно имеют место, тогда как при наличии в составе компании того или иного сервисного или вспомогательного подразделения подобная категория издержек отсутствует. В случае интеграции трансакционные издержки связаны в первую очередь с выработкой планов совместной деятельности, заключением долгосрочных контрактов. Когда же непрофильная бизнес-единица выделяется из структуры организации, компании приходится в случае необходимости обращаться к услугам сторонних организаций, специализирующихся на выполнении определенных работ по обслуживанию производства. Тогда компания начинает поиски наиболее выгодного с точки зрения соотношения цена/качества поставщика, и таким поставщиком может оказаться не выделенное из нее подразделение, а совершенно другая организация. В этом случае трансакционные издержки складываются из расходов компании на поиск поставщика, переговоры с ним, заключение сделки и из рисков, связанных с различными форс-мажорными обстоятельствами.

Несмотря на то, что такие крупные предприятия процветают, необходимость в реструктурировании существует и именно в области выделения непрофильных бизнес-единиц. И здесь нужно выбрать: оставить непрофильные и вспомогательные бизнес-единицы в составе предприятия или выделить данные подразделения из технологической цепочки и преобразовать в самостоятельные структуры.

Основные подходы к реструктурированию предприятий следующие:

- заключение арендных договоров со структурными подразделениями;
- создание дочерних фирм;
- передача, продажа или коммерческое использование объектов социальной сферы;

• выделение, продажа непрофильных, не соответствующих стратегической концепции предприятия подразделений и видов бизнеса;

• формирование крупных производственных комплексов из технологически связанных предприятий [1, с. 55].

Итак, для компании предпочтительнее продать непрофильный бизнес и извлечь из этого прибыль. Но такой кардинальный способ подходит в основном тогда, когда непрофильные активы убыточны и их перепрофилирование обойдется в суммы, сопоставимые с открытием нового производства (например, в случаях, когда оборудование морально устарело и не подходит для производства конкурентоспособной продукции).

Западные компании уже давно практикуют выделение непрофильных активов и создание самостоятельных организаций. В России пока немного компаний сейчас отдают свою непрофильную деятельность «на сторону», поскольку понимание того, что это эффективный способ снижения издержек, который позволяет руководителям не только высвободить временны́е ресурсы для управления основным бизнесом, но и повысить инвестиционную привлекательность своей компании, приходит не сразу. К тому же выбор компаний, оказывающих сервисные услуги предприятиям, невелик, и в основном такими услугами пользуются малые предприятия.

Таким образом, можно прийти к выводу, что реструктуризация непрофильных активов — это «палка о двух концах». С одной стороны, устойчивое развитие крупных структур, объединяющих весь комплекс производства продукции, включая вспомогательные и сервисные подразделения. А с другой стороны, стремление к повышению эффективности и конкурентоспособности компании на рынке, стремление не отставать от западных коллег и партнеров, увеличивать финансовые и иные показатели за счет снижения издержек.

Примеров успешной реструктуризации активов российских предприятий уже много. Большинство руководителей уже осознают, что реструктуризация — это не жесткий метод

антикризисного управления, сопровождающийся массовыми увольнениями и сокращениями кадров, а эффективный способ создания и приумножения стоимости компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Аистова М.Д.* Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям. — М., 2002.

2. *Антикризисное* управление: теория, практика, инфраструктура: Учебно-практическое пособие / Отв. ред. Г.А. Александров. — М., 2002.

3. *Фурщик М.А.* Технология реструктуризации непрофильных активов // Материалы 3-й международной конференции «Предпринимательство в промышленности: пути развития». — М., 2004.

4. *Красникова М.* Профильный предел // Эксперт. — 2004. — № 16 (417).

5. *Повышение* эффективности работы предприятий за счет выделения сервисных активов (на примере нефтяной отрасли) // Вестник Аксион Консалтинг. — 2004. — № 10.

6. *Капелюшников Р.* Категория трансакционных издержек. [Электрон. ресурс]. Режим доступа: // www.libertarium.ru.

В.В. Шафранов,
аспирант, РГУ им. И. Канта

РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК ТОВАРОВ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

Одним из показателей качества жизни в стране является структура и динамика потребления товаров длительного пользования. В статье исследованы региональные рынки РФ, предлагающие товары длительного пользования (ТДП); рассмотрена классификация ТДП по различным критериям и основные факторы, влияющие на развитие рынков ТДП.

One of the indicators of life quality in the country is the structure and dynamics of consumption of durable goods. The article studies regional markets of the Russian Federation offering durable goods (DG), reviews classification of DG according to- various criteria, and the main factors affecting the development of DG markets.

Развитие национальной экономики всегда подразумевает повышение уровня качества жизни и потребления различных товаров. Одними из главных показателей качества жизни в стране можно назвать структуру и динамику потребления товаров длительного пользования (ТДП). Региональные рынки, предлагающие товары длительного пользования в РФ, существенно изменились за последние несколько лет.

Согласно данным Роскомстата [1, с. 279], среди основных товаров, идентифицирующих товары длительного пользования, можно назвать: телевизоры, видеомагнитофоны, видеокамеры, магнитофоны, плееры, музыкальные центры, персональные компьютеры, холодильники, морозильники, стиральные машины, электропылесосы, швейные, вязальные машины, легковые автомобили, мотоциклы, велосипеды, мотороллеры, мопеды, часы. В данном списке не указаны некоторые виды товаров, которые отдельные исследователи также логично причисляют к ТДП [2, с. 409—414], в частности: мебель (мебельная стенка, шкаф-купе), гараж, приусадебный участок, летняя дача, спутниковая антенна, кондиционер, посудомоечная машина, микроволновая печь, спортивный тренажер, сотовый телефон.

Однако, исходя из определения ТДП как материальных товаров, купленных конечными потребителями для личного потребления, срок службы которых составляет несколько лет и позволяет выдерживать многократное потребление [3, с. 20], данный список можно существенно расширить.

Большинство российских исследователей выделяют ТДП в отдельную категорию при сроке службе более 1 года [4—6]. Исходя из срока службы, можно предложить следующую классификацию:

1. Товары краткосрочного пользования (до 1 года — одежда, садовый инвентарь).

2. Товары среднего срока пользования (от 1 до 3 лет — компьютеры, мобильные телефоны).

3. Товары длительного пользования (свыше 3 лет — автомобили, недвижимость, оборудование для освещения, системы отопления).

Исходя из потребностей, ТДП можно охарактеризовать следующим образом (классификация ТДП по необходимости)

1. Товары крайней необходимости (мебель для спальни, кухонная мебель, холодильники, телевизоры).

2. Товары адекватного спроса (автомобили, телефоны, компьютеры).

3. Товары узкого спроса (драгоценности, картины, спутниковое оборудование).

Региональный рынок ТДП можно определить как территориальную организацию сферы обращения определенного товара длительного пользования, где происходит согласование интересов производителей и потребителей.

Структуру регионального рынка ТДП составляют региональные домохозяйства, торговые и производственные организации и государственные и региональные регулирующие органы.

Как правило, за основными ТДП, предлагаемыми на этих рынках, существует много товаров среднего и краткого срока пользования, а также услуг, которые поддерживают и дополняют эти региональные рынки.

Формирование спроса на региональных потребительских рынках товаров длительного пользования зависит от ряда факторов, среди которых факторы производственной и внешнеэкономической деятельности, объем экспорта и импорта, среднедушевого дохода населения. Результаты исследования показывают, что их можно разделить на три группы (табл. 1): демографические, социально-экономические, маркетинговые [7].

Таблица 1

Основные факторы, влияющие на развитие рынков ТДП

Демографические	Социально-экономические	Маркетинговые
1. Численность населения 2. Возрастная структура населения 3. Удельный вес городских и сельских жителей 4. Плотность населения 5. Естественное движение населения	1. Территория (площадь) 2. Динамика производства ТДП в регионе 3. Уровень денежных доходов населения 4. Инвестиционная инфраструктура 5. Налоговая политика 6. Показатели прожиточного минимума	1. Ассортимент и качество товаров 2. Развитие торговых инфраструктур 3. Цены на товары и услуги 4. Методы и системы продвижения и сбыта

Результаты собственных исследований[1] позволяют сделать некоторые выводы в отношении региональных рынков ТДП в России.

Самыми жизненно необходимыми ТДП являются (на 100 домохозяйств): телевизоры (133 шт.), холодильники и морозильники (114 шт.) и стиральные машины (93 шт.).

Основными товарами-индикаторами, свидетельствующими об уровне качества жизни домохозяйства, являются компьютеры и легковые автомобили. Относительное увеличение обладания легковыми автомобилями десятой процентной группы (с наибольшими располагаемыми ресурсами) по сравнению с первой процентной группой (с наименьшими располагаемыми ресурсами) — 3 раза, а компьютерами — 6,7 раза.

Большинство рынков товаров длительного пользования сохраняет свои относительные показатели товарооборота по сравнению с прошлыми годами, однако рынки розничной торговли ТДП растут в денежном эквиваленте согласно общему увеличению оборота розничной торговли.

[1] Источник: данные Роскомстата [6; 9].

Так, в 2003 году наибольшей долей в общей товарной структуре оборота розничной торговли обладали следующие рынки ТДП: новые легковые автомобили (6,1 %, емкость розничного рынка — 275,5 млрд руб.), мебель (1,8 %, емкость розничного рынка — 81,3 млрд руб.), телевизоры (0,9 %, 40,6 млрд руб.), холодильники и морозильники (0,8 %, емкость розничного рынка — 36 млрд руб.).

Калининградская область в связи с оторванностью от других российских регионов и действием на ее территории Закона об Особой экономической зоне обладает своими особенностями в производстве и потреблении товаров длительного пользования (табл. 2).

Таблица 2

ТДП в Калининградской области и РФ в 2003 году (на 100 домохозяйств, шт.)

Вид ТДП	Российская Федерация	Калининградская область
Телевизоры	133	135
Видеомагнитофоны, видеокамеры	57	59
Персональные компьютеры	24	19
Холодильники, морозильники	114	101
Стиральные машины	93	82
Электропылесосы	78	66
Легковые автомобили (на 100 чел.)	15,3	22,1

Источник: данные Росстата. Регионы России [10].

Налоговые льготы и близость к странам Европейского союза позволяют успешно развивать в регионе производство и сборку различных ТДП [8]. Например, по количеству произве-

денных телевизоров, дверей Калининградская область стоит на первом месте, по производству легковых автомобилей — на седьмом [10]. Отдельно стоит отметить высокий уровень мебельного производства в Калининградской области. Так, по данным Ассоциации калининградских мебельных производителей, область экспортирует в другие регионы России около 8 % мебели от общего российского рынка.

Высокое потребление ТДП в Калининградской области и соответствующий уровень качества жизни можно отметить по наличию автомобилей (второе место в России) и видеотехники.

В заключение можно сделать следующие выводы. Приведенные примеры и расчеты показывают возросшее значение ТДП в национальном производстве и торговле. Явно просматривается высокий рост потребления товаров длительного пользования на душу населения. На структуру потребления ТДП влияют демографические, социально-экономические и маркетинговые факторы.

В зависимости от количества человек в домашнем хозяйстве изменяется и количество товаров длительного пользования. Наиболее подверженными к изменению в зависимости от состава домашнего хозяйства являются персональные компьютеры, видео- и аудиомагнитофоны, легковые автомобили.

Растут одновременно с общим развитием розничной торговли и отдельные рынки ТДП: рынки автомобилей, мебели и бытовой техники. Вместе они составляют около 10 % российского регионального рынка.

Рынки ТДП гибко реагируют на изменения в законодательной и социально-экономической средах регионов РФ. Так, в частности, функционирование в Калининградской области Закона об Особой экономической зоне вывело регион на лидирующие позиции по производству автомобилей, телевизоров, мебели и других товаров длительного пользования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Авраамова Е. М. и др.* Средние классы в России: экономические и социальные стратегии. Под ред. Т. Малевой. — М., 2003.

2. *Беляевский И.К.* Региональный анализ потребительского рынка // Вопросы статистики. — 2005. — № 9. — С. 16—25.

3. *Голубков Е.П.* Маркетинговые исследования: теория, практика и методология. — М., 2003.

4. *Классификатор* индивидуального потребления по целям, адаптированный к индексу потребительских цен. — М., 2004.

5. *Найденов И.В., Найденова Г.И.* Особая экономическая зона и региональные сравнения // Вопросы статистики. — 2002. — № 12. — С. 47—52.

6. *Социальное* положение и уровень жизни населения России 2004: Стат. сб. — М., 2004.

7. *Федосеев В. В., Эриашвили Н.Д.* Экономико-математические методы и модели в маркетинге / Под ред. В.В. Федосеева. — М., 2001.

8. *Хандуев П.Ж., Мунаев Л.А.* Методическая база расчета и оценка домашнего имущества населения республики Бурятия // Вопросы статистики. — 2006. — № 1. — С. 33—38.

9. *Регионы* России. Социально-экономические показатели. 2004: Стат. сб. — М., 2004.

Ю.Ф. Плешкова,
аспирантка, РГУ им. И. Канта

РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ МЕЖДУ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТЬЮ И УЕЗДАМИ ЛИТОВСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Рассмотрены и проанализированы интеграционные процессы между Калининградской областью и уездами Литовской Республики, основные формы приграничного и трансграничного сотрудничества.

The article reviews and analyzes integration processes between the Kaliningrad region and districts of the Lithuanian Republic, main forms of near-border and trans-border cooperation.

Развитие интеграционных процессов является важнейшей характеристикой современного мирового хозяйства. Их участ-

никам необходимо иметь много общих черт во всех областях, так называемое ядро интеграции, которое предполагает близость уровней экономического развития и общность экономического и политического строя. Не менее важна культурная и религиозная близость объединяющихся народов, так как без взаимопонимания и уважения традиций и обычаев друг друга любое объединение невозможно. И конечно, свою роль играет географическая близость стран-участников объединения, поскольку она способствует более быстрому и выгодному налаживанию сотрудничества, культурных связей.

В силу своего географического положения Калининградская область органичным образом вовлечена в процессы интеграции в регионе Балтийского моря. Область также — единственная территория России, имеющая общую границу с Литвой. Ее протяженность составляет почти 272 км. Таким образом, непосредственными приграничными партнерами области выступают соседние территориально-административные образования Литвы.

Следует отметить, что после включения Литвы в состав ЕС Калининградская область стала выполнять функцию региона сотрудничества между Россией и Евросоюзом. В связи с этим соседние регионы Литвы стали более глубоко вовлекаться в этот процесс и вместе с Калининградской областью служить основой для формирования экономически интегрированного приграничного региона.

Литва рассматривает развитие экономической интеграции и сотрудничества с Калининградской областью как важное направление внешних связей.

Ведущие формы приграничного и трансграничного сотрудничества, основанного на интеграционных процессах, складывались на протяжении последних 10—12 лет. Именно в эти годы сформировалась правовая база приграничных контактов: межправительственное соглашение с Литвой (от 29.06.1999 года), на основе которого создан и эффективно функционирует Российско-Литовский совет по сотрудничеству Калининградской области с регионами и ведомствами Литовской Республики.

Сложившаяся правовая основа и механизмы межрегионального сотрудничества Калининградской области с приграничными регионами Литвы направлены на обеспечение благоприятных внешних условий для поступательного и устойчивого социально-экономического развития области.

Литва традиционно занимает довольно заметное место во внешнеэкономической деятельности России. В свою очередь торгово-экономические связи с Россией являются важным фактором экономического развития Литвы. Это видно из данных об их взаимной торговле за 2000 — 2005 годы, тенденции которой формировались уже в условиях функционирования наших стран как самостоятельных национально-государственных образований (табл. 1).

Таблица 1

Динамика внешнеторгового оборота Калининградской области и Литовской Республики в 2000—2005 годах (тыс. дол.)*

Период	Внешнеторговый оборот	В том числе	
		экспорт	импорт
2000	95 514,0	29 789,0	65 725,0
2001	113 462,0	31 405,0	82 057,0
2002	179 075,0	26 643,0	152 432,0
2003	239 167,0	37 387,0	201 780,0
2004	313 923,7	70 033,9	243 889,8
2005	336 003,0	77 701,0	258 302,0

*По данным Северо-Западного таможенного управления по Калининградской области.

Данные из вышеприведенной таблицы свидетельствуют об устойчивой тенденции роста внешнеторгового оборота с Литвой. Импортная составляющая доминирует над экспортной. Темпы роста внешнеторгового оборота позволяют судить о динамично развивающемся экономическом сотрудничестве (объем экспорта в 2005 году составил 260 % по сравнению с

2000 годом, объем импорта — 393 %). Причинами положительной динамики внешнеторгового оборота Калининградской области и уездов Литовской Республики служат стабильно развивающееся на территории Калининградской области жилищное строительство, размещение здесь импортозамещающих производств, что влияет, в свою очередь, на снижение потребительского импорта, рост налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, увеличение количества рабочих мест и т. д. Например, СП «Новая рута» (выпуск кондитерских изделий), СП «Снайге» (производство холодильников), СП «Вичюнай Русь» (производство крабовых палочек и деликатесных изделий из рыбы) — одни из крупных предприятий со 100 %-ным литовским капиталом, производящих продукцию на территории области (данные об объемах СП «Новая рута» и СП «Вичюнай Русь» приведены в таблице 2).

Таблица 2

Внешнеторговый оборот СП «Нова Рута» и «Вичюнай Русь»*

Участник ВЭД	2004		2005	
	Вес нетто, т	Стоимость, дол. США	Вес нетто, т	стоимость, дол. США
СП «Нова Рута»	1553,84	1154654,0	372,52	460691,0
СП «Вичюнай Русь»	36753,64	49808892,0	61158,9	106356062,0

*По данным Северо-Западного таможенного управления по Калининградской области.

По мере развития импортозамещения будет увеличиваться экспорт и изменяться его структура — рост доли готовой продукции, а не комплектующих и сырья. Изменения в структуре региональной экономики приведут к росту валютной выручки от экспорта. Так, в 2005 году в Литву было экспортировано товаров на сумму 77,7 млн дол. США. В основном экспортировались электрические машины и оборудование, пластмассы и изделия из

них, бумага и картон, черные металлы, рыба. Из Литвы в 2005 году было импортировано товаров на сумму 258,3 млн дол. США. При этом преобладали следующие товарные группы: транспортные средства, летательные аппараты и их части, мясо, оборудование и механические устройства, рыба.

Важным условием развития интеграционных процессов в Калининградской области и уездов Литовской Республики является применение механизмов свободного движения труда, капитала, товаров и услуг через российско-литовский участок границы. С целью содействия развитию приграничного сотрудничества на основе интеграционных процессов необходимо выполнять и совместные проекты в области приграничной инфраструктуры. С этой целью в 3-м квартале 2006 года будет введен в действие многосторонний автомобильный пункт пропуска Чернышевское — Кибартай, в 2007 году — железнодорожный пункт пропуска Чернышевское — Кибартай, ведется проектирование и согласование проектов автомобильных пунктов пропуска Советск — Панемуне и Пограничный — Рамонишкяй. Литовская сторона также ведет строительство и реконструкцию данных пунктов пропуска.

Торговый оборот между Литвой и Калининградской областью постоянно увеличивается, литовские предприятия реализуют на территории области инвестиционные проекты, создавая тем самым дополнительные рабочие места, разрабатываются и активно претворяются в жизнь совместные проекты по охране окружающей среды. Например, по охране Куршской косы разработан, утвержден и исполняется трансграничный интегрированный план управления Куршской косой TSPF/0302/0101 с целью развития трансграничного пространственного интегрированного управления дюнными, лесными и прибрежными территориями, развития экологического туризма на обеих частях косы. Аналогичная программа разработана и для Виштынецкого озера.

Экономики Литвы и России отличаются большой взаимозависимостью, что определяет необходимость диалога между ними. Литва вошла в Евросоюз, но поставки энергоресурсов

из России все равно остаются важнейшим условием функционирования ее экономики. Россия, в свою очередь, нуждается в импорте товаров из Литвы (например, сельскохозяйственная продукция, строительные материалы, электрические машины и оборудование). Поэтому возможные изменения правил таможенного контроля, бухгалтерского учета, организации грузопотоков, стандартизации внутри отдельных стран чрезвычайно важны для деловых людей всего региона, в том числе и для российской диаспоры в Литве, имеющей там серьезные позиции в экономике.

Малые размеры Калининградской области создают возможность для России «обкатать» на практике отношения с Евросоюзом в условиях «опытного производства»: эксклав становится действующей моделью сотрудничества России и ЕС. Поэтому перед Калининградской областью и Литвой стоит много совместных задач, существует немало проектов, которые предстоит решать в обозримом будущем. Для этого необходимо создание системы инфраструктурного взаимодействия Калининградской области с уездами Литвы (с экономической, правовой, социальной, культурной, информационной и экологической составляющей). Кроме того, развитие деловых контактов потребовало открытия Генерального консульства Литовской Республики в г. Калининграде и г. Советске.

Все вышеуказанные вопросы, касающиеся развития интеграционных процессов Калининградской области с уездами Литовской Республики, требуют дальнейшего углубленного научного исследования.

Д.С. Зайцев,
аспирант, РГУ им. И. Канта

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Исследован рынок телекоммуникационных услуг Калининградской области; проанализированы набор

дополнительных услуг на сотовом рынке, действующие компании, а также особенности их функционирования

The article researches the telecommunications market of the Kaliningrad region, analyses the range of additional services in the cellular market, active companies, and peculiarities of their functioning.

В последние три года заметно повысилось внимание к вопросам развития региональных телекоммуникационных рынков. В первую очередь интерес к ним проявляют инвесторы (в большей степени российские) и крупные операторы связи, реализующие стратегию региональной экспансии. Эти группы пытаются найти в регионах наиболее привлекательные для поглощения активы.

Одним из самых ярких примеров для Калининградской области может служить покупка в мае 2004 года крупнейшей российской телекоммуникационной компанией «Голден Телеком» 100 % акций ОАО «Балтиком Мобиле», которому принадлежало 62 % акций калининградского оператора связи ЗАО «ВестБалт Телеком». Старший вице-президент «Голден Телеком, Инк.» Олег Малис заявил по этому поводу: «Это приобретение является важной частью нашей политики, направленной на проведение активной экспансии в регионы»; а Александр Виноградов, президент и главный управляющий «Голден Телеком, Инк.» добавил: «Калининградская область — это важный развивающийся центр торговли, представляющий собой перспективный рынок телекоммуникационных услуг» [1].

Вероятнее всего, «Голден Телеком» ставил перед собой задачу «застолбить» место в регионе. Так, изначально компания рассматривала варианты покупки «ВестБалт Телекома» и «Связьинформа», но из-за непрозрачности финансовой отчетности «Связьинформа» выбор пал на «ВестБалт Телеком». Такую же задачу, похоже, преследовал и санкт-петербургский «ПетерСтар», покупая местного телефонного оператора ЗАО «Телеком Западное Пароходство». В пресс-релизе

ЗАО «ПетерСтар» сообщалось, что «открытие присутствия в Калининграде было заявлено в региональной программе “ПетерСтар” в 2004 году — это один из самых перспективных регионов с точки зрения экономического развития» [2].

Согласно данным Мининформсвязи, доходы операторов связи в 2005 году увеличились на 31,4 % и достигли 25,4 млрд дол., между тем развитие телекоммуникационной отрасли замедлилось: год назад ее рост составлял 38,0 % [3]. После четырех лет развития отрасли со среднегодовыми темпами роста 30—40 % многие начинают задаваться вопросами: не исчерпал ли российский телекоммуникационный рынок свои возможности? продолжит ли замедляться его рост? есть ли еще не реализованный потенциал? Именно поэтому фокус внимания большинства операторов и инвесторов сместился с центра (рынки Москвы и Санкт-Петербурга) на регионы, доля которых в суммарных доходах отрасли связи в 2005 года составила около 52 % (13,2 млрд дол.).

Как полагают аналитики, снижение темпов роста доходов в телекоммуникационной отрасли вызвано замедлением роста доходов, полученных операторами сотовой связи. Если раньше сотовые компании росли быстрее отрасли в целом и тянули ее вверх, то теперь темпы роста сравнялись со средними показателями по другим сегментам (вклад операторов мобильной связи в отраслевой доход составляет около 42 %). Это происходит в связи с высоким уровнем проникновения сотовой связи. В среднем по России эта цифра близка к 85 %, а в Москве и Санкт-Петербурге более 100 % [4]. Основной свой интерес мобильные операторы обратили сейчас на Дальний Восток и страны СНГ.

В регионах, где сотовые рынки уже насыщены и большая часть территорий охвачена зоной покрытия операторов «большой тройки» — Вымпелком, МТС и Мегафон (в частности, в Калининградской области), — компании направили свои действия на закрепление позиций, и сохранение доходности на прежнем уровне достигается уже не за счет прироста новой абонентской базы, а за счет внедрения дополнительных услуг. Наиболее перспективные и динамично развивающиеся из них — ин-

теллектуальные услуги и неголосовые услуги в сетях GSM, такие как контентные услуги, MMS и «мобильный Интернет». В частности, в марте 2006 года компания «Вымпелком» (торговая марка «Билайн») объявила о запуске в коммерческую эксплуатацию услуг, основанных на технологии EDGE, в Калининградской области. Средняя скорость передачи данных в сети оператора, а также при доступе абонентов в сеть Интернет возрастет до 100—120 кбит/с. Возможность использования высокоскоростной передачи данных становится доступной всем абонентам сети «Билайн» в Калининградской области [5].

Дополнительные услуги на сотовом рынке Калининградской области уже выступают в качестве одного из основных инструментов стимулирования роста доходов мобильных операторов, а также конкурентной борьбы. Именно на них и на введенный с 1 июня 2006 года принцип бесплатности всех входящих звонков будут направлены маркетинговые усилия сотовых операторов.

На российском рынке фиксированной связи также наблюдается замедление темпов роста — 24% против 30% по итогам 2005 и 2004 годов соответственно. Снижение темпов роста рынка фиксированной связи обусловлено замедлением динамики сегмента услуг дальней связи с 14% в 2004 году до 4% в 2005 году. Вместе с тем наблюдалось ускорение роста рынка услуг городской местной связи с 25 до 28%. Наиболее динамичным сектором является рынок услуг передачи данных и телематики (в основном услуг доступа в Интернет), его рост ускорился с 41 до 75%. Как следствие — произошли изменения в структуре рынка: на 5% (до 27%) упала доля услуг междугородней и международной (МГМН) связи и на 6% (до 19%) выросла доля услуг передачи данных и телематики. Доля услуг местной связи и интеллектуальных услуг в общих доходах от фиксированной связи сохранилась неизменной (33 и 1% соответственно) [4].

Несмотря на изменения в структуре потребления услуг в пользу новых видов, фиксированная голосовая дальняя и местная связь остаются основной как для бизнеса, так и для населения. Сохранению доли традиционных телефонных услуг в

Калининградской области должен способствовать достаточно высокий потенциал этого рынка. На 100 человек у нас приходится лишь 24 линии (основных телефонных аппаратов), в то время как в Западной Европе — от 50 (в Италии) до 83 (в Швеции), в Японии — 63, а в США — 74 линии. По телефонной плотности Калининградская область значительно отстает от промышленно развитых стран [3].

С 1 января 2006 года в России действуют новые правила оказания услуг МГМН связи. В течение долгих лет именно услуги МГМН-телефонии приносили альтернативным операторам фиксированной связи львиную долю дохода. Подавляющее большинство из них предлагали местную связь практически бесплатно. Операторы покрупнее зарабатывали еще на пропуск дальнего трафика небольших игроков рынка. Например, ЗАО «ВестБалт Телеком» и ООО «Связьинформ» обеспечивали дальнюю связь для десятка мелких присоединенных операторов.

Теперь новые правила заставляют телефонные компании либо самостоятельно получать лицензию на дальнюю связь и строить федеральную сеть с присутствием во всех 88 субъектах РФ, либо превращаться в агентов других лицензиатов по этой услуге. Очевидно, что второе приводит к падению былых сверхприбылей от услуг дальней связи, а первое требует нереальных для калининградских компаний инвестиций и времени на строительство федеральной сети. Как результат — большинство альтернативных операторов Калининградской области подписали агентские договоры с уже лицензированными операторами дальней связи — «Ростелекомом», МТТ и «Голден Телекомом».

В условиях снижения доходности местных операторов по дальней связи они будут вынуждены усилить свое внимание к рынку дополнительных услуг (услуг call-центров, ISDN, IP-телефонии, интеллектуальных услуг, услуг организации VPN и др.), а в особенности к рынку услуг высокоскоростного доступа в Интернет.

Число Интернет-абонентов сетей широкополосного доступа в России за 2005 год достигло 5,5 млн (увеличение на 47%), при

этом 80 % этого роста было обеспечено «домашними» пользователями — количество домохозяйств, подключенных к Интернету по высокоскоростным каналам, увеличилось более чем на 750 тыс. (в 2,34 раза с 2004 года) и достигло 1,335 млн. При этом 66 % из существующих «домашних» подключений приходится на рынки Москвы, Подмосковья и Санкт-Петербурга [6].

По темпам роста количества широкополосных подключений Россия занимает третье место в мире после Турции и Польши среди крупных (более 1 млн подключений) национальных рынков. При этом в Москве, Подмосковье и северной столице количество подключений увеличилось за год примерно на 75 %, а в регионах рынок вырос более чем в 2,5 раза (количество домашних подключений — в 3,2 раза) [6].

Если в 2006 году тенденция сохранится, то количество подключенных домохозяйств может достичь 2,4 млн (рост на 80 %), а объем рынка приблизится к 350 млн дол. В этом же году окончательно утвердится роль регионов как основного источника новых подключений к скоростному Интернету.

В России скоростное соединение осуществляется преимущественно с помощью кабельных Ethernet-сетей, а не технологий ADSL (как в большинстве стран) и не сетей кабельного телевидения, как в Северной Америке. На долю Ethernet-сетей приходится около 62 % домашних широкополосных подключений. По количеству широкополосных не ADSL-подключений Россия находится на 8-м месте в мире и 3-м в Европе [4].

На рынке Калининградской области в корпоративном секторе услугами широкополосного доступа пользуются достаточно давно. В частном секторе наблюдался высокий спрос на широкополосные подключения, однако не было соответствующих предложений. Теперь же, с одной стороны, пользователи в большей степени осведомлены о подобных услугах, а с другой — операторы выступили с предложениями, сбалансированными по соотношению цена/качество.

В частности калининградский оператор «ТиС-Диалог» (дочерняя компания ООО «Связьинформ», а по сути, Интернет-подразделение «Связьинформа») в 2005 году начал свое

«триумфальное шествие» в секторе «домашних» ADSL- и Ethernet-подключений. За год компания практически вчетверо увеличила свою абонентскую базу широкополосных подключений. Ни ОАО «Северо-Западный Телеком», ни ЗАО «ВестБалт Телеком» не показали таких впечатляющих результатов. Достойными конкурентами выступили только ЗАО «Газкомплекттелеком» и ЗАО «Етайп», предлагающие на рынке широкополосные подключения по беспроводным радиосетям.

Успех «ТиС-Диалог» во многом обусловлен введением компанией безлимитных тарифов на доступ в Интернет (в не меньшей степени успеху поспособствовала и развитость сетевой инфраструктуры «Связьинформа»). В настоящее время стоимость трафика для конечного абонента в калининградском регионе в три-пять раз выше, чем в Москве. Именно высокими ценами можно объяснить запоздалое распространение передовых Интернет-технологий в Калининграде. Причину этого стоит искать в очень высоких тарифах ОАО «Ростелеком» и ОАО «Транстелеком» на пропуск операторского трафика и аренду цифровых каналов за пределами Калининградской области. Только эти две компании могут предложить калининградским операторам высококачественные наземные магистральные Интернет-каналы. Поэтому безлимитные тарифы в Калининграде такая редкость. Но потенциал для снижения тарифов есть как у магистральных операторов, так и у местных провайдеров. С большой долей вероятности можно предположить, что владельцы крупнейших кабельных сетей, такие как ОАО «Северо-Западный Телеком» и ЗАО «ВестБалт Телеком», работают с непозволительно высокой для конкурентных рынков маржей. В условиях стремительно развивающегося рынка такая стратегия может привести к потере его значительной части, а выходить на уже сформированный рынок будет намного сложней. Пример же «ТиС-Диалог» показывает, что снижение выручки от одного абонента провайдер легко компенсируют ростом числа клиентов.

Вероятно, в 2006 году следует ожидать снижения тарифов всеми региональными операторами высокоскоростного доступа в Интернет, а также выхода на рынок дополнительных игроков — владельцев небольших местных телефонных сетей и операторов кабельного телевидения, чьи сети также пригодны для организации доступа в Интернет. Следует также ожидать, что уже в 2006 году широкополосные подключения заметно потеснят коммутируемый доступ (так называемый Dial-Up) на рынке доступа в Интернет.

Таким образом, телекоммуникационный рынок Калининградской области достаточно насыщен. Следствием этого является замедление темпов роста таких сегментов рынка, как сотовая телефонная связь и традиционная фиксированная телефонная связь. Однако темпы роста еще сохраняются на достаточно хорошем уровне, что способствует привлечению в регион инвесторов в лице крупных российских операторов связи.

Рынок мобильной связи Калининградской области вступает в стадию зрелости, и операторы сотовой связи вынуждены прибегать к стратегиям дифференциации и фокусирования. Наиболее перспективная реализация стратегий дифференциации — предоставление дополнительных услуг, таких как контентные услуги и услуги высокоскоростного «мобильного Интернета».

На рынке традиционной фиксированной телефонной связи операторы направят усилия на развитие своих сетей в районах перспективной застройки и в крупных городах Калининградской области.

Доходность местных телефонных операторов дальней связи снижается, поэтому они будут вынуждены усилить свое внимание рынку дополнительных услуг, особенно рынку услуг высокоскоростного доступа в Интернет. Именно предоставление услуг широкополосного доступа в Интернет станет самым быстрорастущим сегментом телекоммуникационной отрасли Калининградской области в ближайшие годы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Пресс-релиз* «Golden Telecom, Inc.» от 12.05.2004.
2. *Пресс-релиз* ЗАО «ПетерСтар» от 08.02.2005.
3. *Сайт* Мининформсвязи. [Электрон. ресурс]. Режим доступа: http://www.minsvyaz.ru, 2006
4. *Сайт* агентства «iKS-Консалтинг». [Электрон. ресурс]. Режим доступа: http://www.iksconsulting.ru, 2006
5. *Сайт* «CNews. ru: Новости высоких технологий». [Электрон. ресурс]. Режим доступа: http://www.cnews.ru, 2006
6. *Сайт* «ComNews». [Электрон. ресурс]. Режим доступа: http://www.comnews.ru, 2006

Т.А. Самарина,
аспирантка, РГУ им. И. Канта,
(научный руководитель —
д-р экон. наук, проф. В.С. Бильчак)

ДИАГНОСТИКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

Обоснована необходимость разработки практического механизма создания и развития институциональной базы негосударственного пенсионного обеспечения на территории Калининградской области.

The work substantiates the need of development of a practical mechanism for creation and expansion of institutional base of non-governmental retirement support on the territory of the Kaliningrad region.

Стратегия социально-экономического развития России на период до 2010 года направлена на обеспечение устойчивого повышения уровня жизни населения, сокращение разрыва в уровне благосостояния с ведущими экономически развитыми странами. Преобразования в сфере пенсионного обеспечения

являются важнейшим элементом социально-экономических реформ, призванных обеспечить устойчивое развитие российского общества, стабилизировать социальную ситуацию в стране. В настоящее время в России функционирует унаследованная от советской модели хозяйствования система пенсионного обеспечения, смысл которой состоит в том, что работоспособное население выделяет часть своих доходов на содержание лиц, которые достигли пенсионного возраста. Недостатком данной схемы является не только уравнительно-распределительный принцип назначения пенсий, не стимулирующий граждан на легализацию своих трудовых доходов, но и очевидное несоответствие механизма пенсионного обеспечения современным демографическим тенденциям.

По мнению экспертов международных организаций для нормального функционирования распределительной пенсионной системы необходимо, чтобы на одного человека пенсионного возраста приходилось четыре гражданина трудоспособного возраста. В России в целом и в Калининградской области в частности, данная пропорция уже нарушена.

В 1999 году численность трудоспособного населения в Калининградской области составляла 474 тыс. человек, в 2004 году этот показатель снизился до 457 тыс.

Сохранение подобной тенденции приведет к тому, что в 2014 году общая численность трудоспособного населения сократится до 423 тыс. человек.

Одновременно с этим происходит рост количества пенсионеров. Если в 1999 году их насчитывалось 217 тыс. человек, то в 2005-м эта цифра выросла до 223,1 тыс.

По расчетам, к 2014 году общее количество пенсионеров в Калининградской области будет не меньше 232 тыс. человек. Наблюдается систематическое уменьшение пропорционального соотношения между работоспособными и пенсионерами. Если в 1999 году на одного пенсионера приходилось 2,17 работающих, то в 2004-м данный показатель сократился до 2. По оценкам, в 2014 году на каждого пенсионера в Калининград-

ской области будет приходиться не более 1,7 лиц трудоспособного возраста.

Между тем уже сейчас уровень средней пенсии в Калининградской области существенно ниже официально установленного прожиточного минимума: в 2001 году прожиточный минимум в Калининградской области составлял 1200 руб., а средняя пенсия — 1080 руб. (82% от минимума). По состоянию на 31 декабря 2005 года средний размер назначенной месячной пенсии составил 2496 руб., а величина прожиточного минимума — 3221 рублей (табл. 1).

Таблица 1

Прожиточный минимум в расчете на одного жителя Калининградской области в IV квартале 2005 года

Показатель	Величина прожиточного минимума
На душу населения (в среднем за месяц)	3221
Трудоспособное население	3539
Пенсионеры	2323
Дети	3022

Средняя зарплата, начисленная за январь-ноябрь 2005 года, в крупных, средних и малых организациях была 6937,2 руб., что составляет 83,6% от средней по России (по сравнению с январем-ноябрем 2004 года она возросла на 21,2%).

Анализируя данные статистики, можно сделать вывод, что система пенсионного обеспечения не в состоянии гарантировать научно обоснованный уровень замещения пенсией зарплаты, определяемый в 60%.

В 1999 году средняя пенсия компенсировала работникам производственной сферы Калининградской области 32% среднего заработка, в 2001 г. — 37%, в 2004 г. — 28%.

Сложное состояние пенсионной системы Калининградской области создает опасность роста социального напряжения, су-

жения внутреннего потребительского рынка по причине низкой покупательной способности значительной части населения. Невысокий уровень пенсий заставляет около 25% лиц в возрасте старше 55—60 лет заниматься трудовой деятельностью. Это вызывает дополнительную конкуренцию на рынке труда, ведет к увеличению числа безработной молодежи, а в конечном итоге сказывается на уровне трудовой миграции в соседние государства ЕС и другие регионы России, а также сдерживает рост заработной платы. Работающие граждане пенсионного возраста соглашаются на низкую зарплату, так как их доходы увеличиваются за счет пенсионного обеспечения. Сохранение низкого уровня заработной платы приводит к тому, что значительная часть должностей на рынке труда остается непривлекательной, а работодатели лишаются стимулов к модернизации производства и снижению себестоимости продукции.

Все эти факторы обусловливают то, что в современной ситуации гражданам не гарантирован достойный уровень пенсионного обеспечения. Соотношение средней пенсии и средней заработной платы (коэффициент замещения) в 2005 году составило 35% и имеет тенденцию к уменьшению.

Вместе с тем образовавшийся дефицит бюджета Пенсионного фонда России (ПФР) растет. На первом этапе Правительство намерено закрыть его за счет средств стабилизационного фонда, но с падением цен на нефть стабилизационного фонда хватит, по различным оценкам, на 1—3 года, а дефицит ПФР с каждым годом будет только нарастать. Ситуация с ПФР такова, что в недалеком будущем следует ожидать неизбежного нововведения, которое негативно отразится на социальном положении россиян.

Речь идет о повышении пенсионного возраста как для мужчин, так и для женщин на 5 лет. И это при том, что средняя продолжительность жизни мужчин — 59 лет. В результате — как альтернатива распределительной модели — Правительством разработана система накопительных вкладов населения, что существенно изменяет принципы функционирования прежней пенсионной схемы. С 1 января 2002 года в России

началась пенсионная реформа, в результате которой пенсионная система стала трехуровневой. Теперь трудовая пенсия формируется из трех частей:

1) базовая часть — трудовая пенсия устанавливается в фиксированном размере, одинаковом для всех пенсионеров. Выплата производится из сумм ЕСН (6%). В настоящее время ее размер составляет 900 руб.;

2) страховая часть — зависит от результатов труда конкретного человека. Ее размеры ограничиваются государственными нормативами (10% ЕСН). Базовая и страховая часть трудовой пенсии подлежат индексации с учетом темпов инфляции, а коэффициент индексации и периодичность определяются Правительством РФ.;

3) накопительная часть — исчисляется из накопленных сумм страховых взносов и инвестиционного дохода, учтенных в специальной части индивидуального лицевого счета.

Особенность накопительной части заключается в том, взносы работодателя (4% от ФОТ), направляемые на ее формирование, идут на выплату тому застрахованному работнику, в пользу которого перечислены. Чтобы накопленные деньги не обесценились к моменту выхода человека на пенсию, их необходимо инвестировать. В связи с этим застрахованному дано право выбрать институт, который будет отвечать за формирование и инвестирование накопительной части трудовой пенсии. Новая пенсионная система предлагает ему на выбор три варианта.

1. Остаться в ПФР. Из ПФР пенсии сегодня выплачиваются более чем 38 млн. граждан страны. Инвестированием накопительной части займется государственная управляющая компания (ГУК). В настоящее время около 140 млрд руб. пенсионных накоплений инвестировано через ГУК. Доходность — на уровне 5—6% в год, так как согласно действующему законодательству пенсионные накопления могут вкладываться ГУК исключительно в государственные ценные бумаги.

2. Оставить средства в ПФР, но для их инвестирования выбрать частную управляющую компанию (ЧУК), уполномоченную государством.

Доходность здесь будет на уровне 18 % (средние данные за 1999—2004 годы). За пять лет до достижения застрахованным лицом пенсионного основания (выхода на пенсию) накопления должны быть переведены в ПФР, что снижает их доходность.

3. Перевести накопительную часть (НЧ) трудовой пенсии в негосударственный пенсионный фонд (НПФ).

НПФ — это особая организационно-правовая форма некоммерческой организации социального обеспечения. Одной из основных характеристик НПФ является то, что в отличие от ГУК, негосударственный фонд через частные управляющие компании (УК) инвестирует пенсионные накопления не только в государственные ценные бумаги, но и в высокодоходные акции крупных компаний и банковские ценные бумаги. Это позволяет НПФ обеспечивать более высокий процент дохода на вложенные средства (табл. 2).

Таблица 2

Сравнение финансовых инструментов

Государственная система	Негосударственная система
1. Государственные ценные бумаги РФ 2. Государственные ценные бумаги субъектов РФ 3. Ценные бумаги российских эмитентов Доходность 6—8 %	1. Государственные ценные бумаги РФ 2. Государственные ценные бумаги субъектов РФ 3. Ценные бумаги российских эмитентов 4. Паи 5. Банковские депозиты 6. Муниципальные ценные бумаги 7. Недвижимость 8. Валютные средства 9. Ипотечные бумаги Доходность 16—18 %

Из 38 млн пенсионеров услугами НПФ пользуется каждый пятьдесят восьмой пенсионер. В настоящее время около 4 млрд руб. пенсионных накоплений инвестировано через частные управляющие компании. Средняя начисленная доходность за 2004 год составила 18 %.

Сравнительный анализ финансовых институтов представлен в таблице 3.

Таблица 3

Сравнение финансовых институтов

Основная характеристика	ПФР	УК	НПФ
Высокая доходность		+	+
Персонифицированный учет	+		+
Ежегодное предоставление информации	+		+
Предоставление информации чаще, чем раз в год			+
Ответственность за сбережения	+		+
Диверсификация рисков		+	+
Филиальная сеть	+		+
Отсутствие проволочек в наследовании			+
Субъективное доверие граждан государственной системе	+		

Несмотря на то что новое законодательство дает возможность работникам влиять на размер своей будущей пенсии, данная реформа не в состоянии полностью решить проблему низкого уровня пенсионного обеспечения. Новая модель оказалась не лишенной проблем.

Во-первых, она распространяется только на граждан 1966—1971 годов рождения и более молодых людей. Таким образом, вне схемы накопительных вкладов оказывается треть граждан трудоспособного возраста. Причем эти люди находятся ближе всего к рубежу выхода на пенсию и относятся,

как правило, к категории низкооплачиваемого персонала, имеющего минимальные шансы на значительное повышение доходов на завершающей стадии своей карьеры.

Во-вторых, накопительная модель не в состоянии решить проблему пенсионного обеспечения работников бюджетных организаций (учителей, врачей, сотрудников учреждений культуры), то есть 20 % трудоспособного населения Калининградской области. В данной сфере сложился крайне низкий уровень заработной платы, примерно вдвое меньший, чем в производственных отраслях (табл. 4).

Таблица 4

Уровень заработной платы в 1999—2004 годах, руб.

Показатель	1999	2000	2003	2004
Средняя заработная плата в бюджетном секторе	900	1100	3200	4000
Средняя заработная плата в промышленном секторе	1500	2900	5200	6800

Анализируя таблицу 4, необходимо учитывать, что реальный уровень доходов у персонала фирм, занятых в производстве и сервисе, выше официальных показателей. В данном секторе экономики широко распространены так называемые «серые схемы» выплат, позволяющие работодателям уменьшать соответствующие выплаты в социальные фонды. Использование подобных методов в бюджетной сфере имеет значительно меньший масштаб.

Очевидно, что если государством не будут предприняты меры по дополнительному пенсионному обеспечению граждан, то результаты пенсионной реформы не приведут к серьезному повышению покупательной способности трудовой пенсии, которая будет складываться исключительно из базовой, страховой и накопительной частей.

В рамках реформы системы социального обеспечения населения в России уже 12 лет существуют негосударственные пенсионные фонды. На добровольной основе работники и работодатели привлекаются к формированию финансовой базы для дополнительной пенсии. НПФ превратились в самостоятельный финансовый институт, с помощью которого каждый работник может самостоятельно позаботиться о своей будущей пенсии. Однако следует признать, что пока российские пенсионные фонды не стали такими же мощными элементами хозяйственной системы, какими являются аналогичные структуры в США. Американские пенсионные фонды не только обеспечивают рядовым гражданам высокий уровень пенсионного обеспечения после прекращения активной трудовой деятельности, но и становятся стратегическими инвесторами национальной экономики. Однако, несмотря на то что работники настороженно относятся к возможности формирования дополнительных пенсий через негосударственные фонды, нельзя оставить без внимания существующую нормативно-правовую базу для создания системы функционирования НПФ на территории Калининградской области. Это предоставляет дополнительные возможности органам местного управления для усиления своей роли в проведении активной социальной политики, развития и поддержки новых, адекватных рыночной экономике механизмов социальной защиты граждан.

Целью пенсионных программ в регионе является разработка практического механизма создания и развития институциональной базы негосударственного пенсионного обеспечения на территории Калининградской области, в том числе способов эффективного размещения пенсионных накоплений в экономике региона и форм государственной поддержки создания систем негосударственного пенсионного обеспечения, формирование нормативной правовой базы стимулирования развития негосударственного пенсионного обеспечения и привлечения вкладов работодателей и населения области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Чекулаев М.В.* Богатый пенсионер. — М., 2003.
2. *Чернышев С.* Как сохранить и приумножить свою накопительную часть //Пенсионные деньги. — 2004. — №10. — С. 48—49.
3. *Алексеева Е.* Опыт взаимодействия Пенсионного фонда России с НПФ и УК //Пенсионные деньги. — 2005. — №7—8. — С. 86—87.
4. *39 Об установлении* величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения в Калининградской области за IV квартал 2005 года: Постановление правительства Калининградской области от 07.02.2006 г.: // СПС «Консультант Плюс».

Е.А. Носачевская, А.В. Качалова, М.Н. Токарева,
студенки 4-го курса экономического факультета
РГУ им. И. Канта
(научный руководитель —
канд. экон. наук, проф. Л.С. Шеховцева)

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ МЕБЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Рассмотрены основные тенденции развития мебельной отрасли Калининградской области на основе анализа главных экономических показателей. Проведен анализ конкуренции в мебельной отрасли; определены структура конкурентных сил и их действие.

The work reviews the major development tendencies of the furniture industry in the Kaliningrad region on the basis of analysis of the main economic indicators of the industry. The authors analyze competition in the furniture industry, define the structure of competitive forces and their effect.

Производство мебели в Калининградской области — новая для региона отрасль, возникшая в эпоху рыночных реформ.

В советское время она была представлена двумя государственными фабриками, но помещения обеих в настоящее время приватизированы и используются предприятиями других отраслей. А ядро современной мебельной промышленности Калининградской области сформировали предприятия, появившаяся в начале 1990-х годов. Сейчас на долю эксклава приходится почти 13 % производства и 6 % продаж мебели в России. Сегодня в мебельной отрасли Калининградской области работает около 150 предприятий [3].

Предприятия состоят из нескольких мелких юридических лиц или предпринимателей без образования юридического лица. Это обстоятельства сильно затрудняют статистический учет в отрасли. Учет ведется суммарно по всей деревообработке, поэтому согласно государственной статистике мебельной отрасли в регионе практически не существует. При этом, по данным Таможенного управления, готовая мебель ежегодно вывозится за пределы региона и суммы этих поставок измеряются миллиардами рублей [3]. Наиболее адекватная оценка роли отрасли в калининградской экономике получена на основе опроса предприятий, проведенного Ассоциацией калининградских мебельщиков (табл. 1).

Таблица 1

Анализ динамики экономических показателей мебельной отрасли Калининградской области

Показатель	Величина или характеристика
1. Размеры рынка: — годовой объем продаж, млрд руб. — годовой объем производства, млн шт.	 6,4 (2004 год — 4,4) [3] 2,5
2. Темпы роста рынка в год, %	36—40 (в РФ 18—20 %)
3. Число конкурентов и их относительные размеры	150 предприятий, 20 фирм со средним уровнем объемов производства, остальные — маленькие фирмы [1]

Продолжение табл. 1

Показатель	Величина или характеристика
4. Количество покупателей и их финансовые возможности	Финансовые возможности средние. 500 тыс. человек в Калининградской области, около 800 средних фирм в Европе, около 6000 фирм в России
5. Характеристика вертикальной интеграции	Смешанная [3]
6. Направление и темпы технологических изменений	Изменения в ассортименте моделей продукции: 25—30 новых видов мебели в год. Темп изменения технологии — высокий [3]
7. Легкость вхождения в отрасль и выхода из нее	Умеренные трудности. Первоначальный капитал — 1,5 млн руб.
8. Характеристика продукции	Дифференцированная продукция
9. Стадия жизненного цикла отрасли	Рост [2]
10. Влияние загруженности производственных мощностей на уровень издержек	Влияние значительное: при загруженности ниже 70 % издержки значительно возрастают. Существующая загрузка производственных мощностей — 85 %
11. Возможность экономии на масштабах производства, транспортировке и т. д.	Все фирмы имеют примерно одинаковые затраты [1]
12. Характеристика капитальных вложений в отрасли	Капиталовложения осуществляются на высоком (по сравнению с долей вложений в другие отрасли Калининградской области) уровне (около 2 млн руб. в год)
13. Доходность отрасли	Рентабельность на высоком уровне, но сильно зависит от многих факторов
14. Доля в общем объеме промышленного производства области, %	7,5 [6]
15. Доля мебельных фирм в общем объеме предприятий, занятых в промышленности, %	9,4 [6]

Окончание табл. 1

Показатель	Величина или характеристика
16. Доля налоговых перечислений мебельных предприятий в общем объеме налоговых поступлений, %	Налоговая нагрузка на малые предприятия, каковыми является большинство мебельных производств, номинально невысока; мебельщики большие средства реинвестируют в основной капитал [3]
17. Преимущества мебельных предприятий Калининградской области	Таможенные льготы, европейские технологии и инвестиции, высокий спрос со стороны российских регионов, возможность создания кластеров (форма организации малого бизнеса, обеспечивающая конкурентные преимущества, присущие крупному бизнесу)
18. Трудности мебельных предприятий Калининградской области	Связаны с ограничениями, присущими региону в целом: нехватка квалифицированных кадров, логистика поставок товара в Россию (тарифные риски при поставках через Литву как фактор снижения доходности)

На основе проведенного анализа главных экономических показателей отрасли можно сделать следующие выводы: мебельная отрасль Калининградской области относительно привлекательна, так как размер рынка большой, темпы его роста высокие, число конкурентов среднее, количество покупателей большое, стадия жизненного цикла отрасли — рост, высокая рентабельность, но отрасль имеет высокие темпы обновления технологии, высокий уровень капитализации, высокое влияние загруженности производственных мощностей на уровень издержек, высоко развита интеграция, зависимость рентабельности от многих внешних факторов (тех факторов, на которые повлиять непосредственно фирма не имеет возможности) и др. На основе модели пяти сил М. Портера был проведен анализ конкуренции мебельной отрасли (см. рис.) [4].

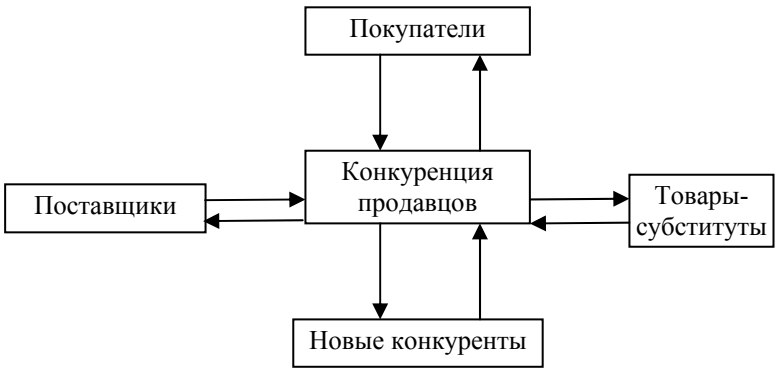

Рис. Модель пяти сил конкуренции

1. Конкуренция продавцов. Основные характеристики конкуренции в мебельной отрасли Калининградской области: увеличение соперничающих фирм, высокие темпы роста спроса на мебельную продукцию со стороны покупателей, при этом у них нет затрат при переходе к другим видам и маркам продукции; несколько компаний пытаются увеличить долю рынка за счет расширения производства, привлечения дополнительных финансовых ресурсов, осуществления инвестиционных проектов; кроме того, затраты на уход с рынка выше затрат, необходимых для дальнейшего функционирования и развития фирмы на рынке. Таким образом, конкуренцию на рассматриваемом рынке можно охарактеризовать как умеренно-агрессивную.

2. Ситуация с поставщиками (их возможность влиять на производителей) в данной отрасли характеризуется следующими факторами: поставщиков много, и среди них существует конкуренция, при этом затраты на производство играют важную роль для мебельных производителей, переход к другому поставщику влечет за собой расходы, но не очень высокие, а покупатели, в свою очередь, являются важными клиентами для поставщиков.

Таким образом, поставщики имеют возможность влиять на производителей, но степень их влияния невысока, поскольку на рынке достаточно большое количество поставщиков и между ними существует агрессивная конкуренция.

3. Покупателей большое количество, и они приобретают мебельную продукцию чаще всего в небольших объемах; кроме того, они могут найти замену товару, при этом происходит переход в отношении предпочтений покупателей от стандартных моделей мебели к дифференцированным видам.

В последнее время покупатели имеют возможность диктовать свои условия производителям мебельной продукции.

4. Товары-субституты имеют ключевое значение для производителей, так как именно стоимость перехода покупателя на товар-заменитель оказывает влияние на потребление продукции [3]. Влияние конкурентных сил товаров-субститутов в мебельной отрасли отсутствует, так как заменителей мебельной продукции очень мало.

5. Угроза появления новых конкурентов зависит от двух основных факторов:

а) барьеры входа на мебельный рынок:

— высокий первоначальный капитал и высокие размеры ежегодных капиталовложений (по сравнению с долей капиталовложений в другие отрасли Калининградской области);

— высокий темп изменения технологии;

— значительное влияние загруженности производственных мощностей на уровне издержек;

— незначительное число лояльных потребителей;

— ограничения, присущие региону в целом: нехватка квалифицированных кадров, логистика поставок товара в Россию;

б) реакция давно работающих на этом рынке фирм:

— возможность демпинга.

Вход в отрасль и выход их нее, распространение технических инноваций вызывают перераспределение долей на рынке, усиливая конкурентную борьбу.

Таким образом, определена структура конкурентных сил и их воздействие. Наблюдается сильная конкуренция, что снижает рентабельность участвующих в производстве фирм, а покупатели оказывают влияние на производителей, отдавая предпочтение разным маркам и моделям мебельной продукции.

На основе метода экспертных оценок (проведено анкетирование пяти экспертов по 10-балльной шкале, мнения которых оказались согласованными с коэффициентом конкордации 0,74) был получен конкретный набор критериев привлекательности мебельной отрасли, а результаты анализа сведены в таблицу (табл. 2).

Таблица 2

Оценка привлекательности мебельной отрасли

Критерий привлекательности	Вес критерия	Оценка, балл	Взвешенная оценка
Размер рынка	0,3	9	2,7
Темп роста рынка	0,15	7	1,05
Легкость входа	0,15	6	0,9
Рентабельность	0,3	6	1,8
Этап жизненного цикла товара	0,1	2	0,2
Всего	1	—	6,65

Таким образом, отрасль является привлекательной за счет высоких темпов роста рынка и его значительного размера. Для фирмы, которая имеет возможность проникновения на рынок мебели Калининградской области, может быть выбрана агрессивная стратегия роста и развития, осуществление инвестиций, направленных на повышение конкурентных позиций в отрасли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Ветров В.А.* Станет ли мебельная отрасль «палочкой-выручалочкой» Калининградской области? // Строй-Интерьер. — 2006. — № 4. — С. 10—15.

2. *Жданова М.И.* Поход на восток // Новый Кёнигсберг. — 2005. — № 2. — С. 56—58.

3. *Степура Е.А.* Уютная отрасль // Эксперт Северо-Запад. — 2005. — № 36. — С. 13—15.

4. *Шеховцева Л.С.* Стратегический менеджмент: Учебное пособие. — Калининград, 2001.

5. *Шеховцева Л.С.* Стратегический менеджмент: Учебное пособие. — Калининград, 2006.

6. *Калининградская* область в цифрах: Стат. сб. — Калининград, 2005

7. *Российский* статистический ежегодник: Стат. сб. / Госкомстат России. — М., 2004.

Е.В. Михович,
студентка 4-го курса
экономического факультета РГУ им. И. Канта
(научный руководитель —
канд. экон. наук, проф. А.М. Чуйкин)

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ
(НА ПРИМЕРЕ РЫБОЛОВЕЦКОГО КОЛХОЗА «ЗА РОДИНУ»)

Обосновано значение сегментирования и позиционирования на рынке потребителей товаров при организации маркетинговой деятельности предприятия. Выявлены целевые сегменты потребителей (на примере рыболовецкого колхоза «За Родину») на основе предложенной автором методики и алгоритма сегментирования рынков.

The article substantiates the significance of segmentation and positioning in the consumers market during organization of an enterprise's marketing activities. This work defines target segments of the consumers (using the fishing collective farm "Za Rodinu" as an example) on the basis of market segmentation method and algorithm proposed by the author.

В настоящее время успех любой организации зависит от многих факторов, в том числе и от эффективной маркетинго-

вой деятельности, в которой сегментирование рынка является одной из важнейших составляющих.

Сегментация рынка заключается в его разделении на группы потребителей (рыночные сегменты), которые могут быть ориентированы на разные продукты и, соответственно, требовать разных маркетинговых усилий.

Рыночный сегмент — это группа потребителей, характеризующаяся однотипной реакцией на предлагаемые продукты и на набор маркетинговых стимулов [2, с. 32].

Задачей нашего исследования стало выявление целевых сегментов потребителей рыбоконсервной продукции и организация позиционирования на них продукции рыболовецкого колхоза (р/к) «За Родину».

Для достижения поставленной цели необходимо:

— проанализировать рынок рыбоконсервной продукции Калининградской области;

— определить место р/к «За Родину» на рынке предприятий — производителей рыбоконсервной продукции;

— провести сегментирование рынка рыбоконсервной продукции;

— определить ряд конкурентных преимуществ, позволяющих продукции р/к «За Родину» занять прочную рыночную позицию на рынке Калининградской области.

Популярность рыбной продукции в Российской Федерации растет; в рационе россиян рыба все чаще заменяет мясо.

С ростом спроса на некоторые виды консервов объемы производства рыбоконсервной продукции в Калининградской области увеличиваются (табл. 1).

Таблица 1

Динамика производства рыбной продукции в Калининградской области в 2001—2004 годах

Показатель	2001	2002	2003	2004
Производство рыбной продукции — всего, тыс. тонн	331,1	359,6	356,6	403,3
Консервы, млн условных банок	147,0	157,7	202,0	238,9

Наибольшим предпочтением потребителей пользуются такие рыбные консервы, как килька в томатном соусе, шпроты в масле, скумбрия, сардинелла натуральные с добавлением масла.

Тройка лидеров по продажам рыбных консервов в Калининградской области -

сардина, килька, шпроты (в % от общего объема продаж):

— атлантические виды (сардина, скумбрия) рыб — 34,5 %;

— килька в томатном соусе — 33 %;

— шпроты — 23 %.

Остальные виды консервов (рыбные изделия и деликатесы) — 9,5 %.

Всплеск спроса на рыбные консервы приходится на весенние месяцы — перед сезоном пикников, дачного отдыха и перед праздниками.

Наиболее значимым фактором для калининградских рыбопереработчиков стал рост покупательной способности в России. Российский потребитель в основном предпочитает не импортный, а именно российский продукт. Разница в производственных традициях и, как следствие, в качественных показателях выработала у потребителя стойкую привычку именно к российским консервам. Государственные стандарты для консервированной продукции существенно строже европейских, и это не позволяет, например, применять на российских предприятиях консерванты искусственного происхождения.

Соблюдение производственных традиций имеет положительный эффект для калининградских производителей рыбных консервов, делая их более конкурентоспособными на российском рынке, но одновременно закрывает для них путь на экспорт.

В настоящее время в рыбоперерабатывающей отрасли области 11 предприятий занимаются консервированием. Распределение регионального рынка производства консервной продукции в Калининградской области представлено на рисунке 1.

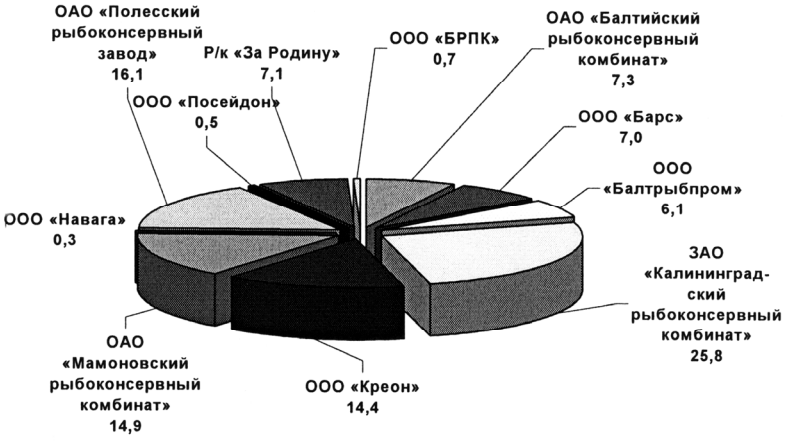

Рис. 1. Распределение регионального рынка производства рыбоконсервной продукции в Калининградской области в 2004 году, %

Рыболовецкий колхоз «За Родину» по производству рыбоконсервной продукции на рынке Калининградской области занимает шестое место, и его доля рынка составляет около 7,1 %.

Основной продукцией, выпускаемой на предприятии, является: «Шпроты в масле из балтийской кильки»; «Паштет шпротный из кильки и салаки горячего копчения»; «Сельдь (сардина, скумбрия, ставрида) натуральная с добавлением масла»; «Салака натуральная с добавлением масла»; «Килька, обжаренная в томатном соусе».

Продажи рыбных консервов р/к «За Родину» с 2003 по 2005 год увеличились и в 2005 году составили 265795 тыс. руб. (рис. 2).

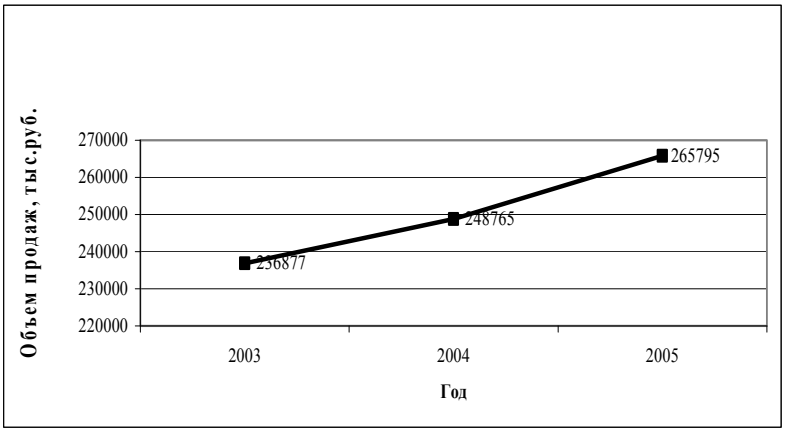

Рис. 2. Продажа рыбных консервов р/к «За Родину» с 2003 по 2005 год

Существенное увеличение продаж рыбных консервов в 2005 году обусловлено тем, что с этого года р/к «За Родину» — единственное в регионе предприятие, производящее шпроты в масле из балтийской кильки.

Приоритетный тип развития р/к «За Родину» — возможность роста. Рост предполагает расширение доли рынка за счет эффективного использования конкурентных преимуществ.

Сегментирование рынка рыбоконсервной продукции и организация успешного позиционирования на нем данной продукции позволит производителю расширить сегмент потребителей, нарастить производственные мощности и достичь устойчивой конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Специфика рынка рыбоконсервной продукции состоит в том, что он делится на многочисленные сегменты, представленные определенными категориями покупателей со своими требованиями, вкусами, запросами, традициями, культурными особенностями, границами платежеспособного спроса. Особенностью любого процесса сегментирования является максимальное выделение количества сегментов потребителей по

различным критериям и, в конечном итоге, выбор нескольких сегментов, приоритетных для развития компании.

Примерный алгоритм сегментирования рынка таков:

1) выбор критериев сегментации;

2) выявление рыночных сегментов;

3) определение степени их привлекательности и выбор целевых рынков и маркетинговых стратегий по отношению к ним.

Наиболее часто используемыми переменными сегментации рынка потребительских товаров являются размер семьи, ее доход, возраст членов семьи, их принадлежность к общественному классу.

По социально-демографическому профилю на рынке рыбных консервов выделены следующие сегменты (табл. 2):

— семьи: пенсионеры, многодетные, безработные;

— семьи с одним и более работающими с повышенной покупательской способностью, но с ограниченным свободным временем;

— неполные семьи: холостяки, студенты, проживающие без семьи.

Таблица 2

Определение сегментов, приоритетных для развития р/к «За Родину»

Критерии сегментации		Уровень дохода		
		Высокий	Средний	Низкий
Социально-демографический профиль сегмента	Семьи: пенсионеры, многодетные, безработные			X
	Семьи с одним и более работающими		X	
	Неполные семьи: холостяки, студенты и т. д.		X	X

Примечание: X — сегменты, приоритетные для развития р/к «За Родину».

В течение последних трех лет уровень цен на рыбные консервы остается относительно стабильным. Формирование сегментов по уровню доходов потребителей (табл. 2), как правило, является самым популярным методом выделения ключевых групп потребителей.

По уровню доходов выделено три сегмента.

1. Потребители с высоким уровнем дохода, которые могут позволить себе употреблять натуральные консервы из кальмара, печени трески; натуральные консервы из сайры, лососевых (высокая цена продукции).

2. Потребители со средним уровнем дохода, которые могут позволить себе употреблять консервы из океанической рыбы с добавлением масла и в масле; консервы из пресноводной рыбы с добавлением масла и в томате; шпроты в масле (средняя цена продукции).

3. Потребители с низким уровнем дохода, которые могут позволить себе употреблять кильку в томатном соусе, шпротные паштеты и рыбную кулинарию — котлеты, тефтели (низкая цена продукции).

Для р/к «За Родину» потенциальными являются потребители — представители второго и третьего сегментов.

В результате общего деления всех потребителей по социально-демографическим показателям следует назвать три целевых сегмента — с учетом возраста потребителя, его дохода, социального статуса и размера семьи (табл. 2).

1. *Сегмент семей с одним и более работающими, с повышенной покупательской способностью, со средним уровнем дохода,* но с ограниченным свободным временем. Как правило, в последнее время ценовой фактор становится менее значимым для потребителей рыбных консервов данного сегмента.

Акцент переносится на качественные параметры товара: известность торговой марки и органолептические свойства продукта. Дополнительным конкурентным преимуществом производителя является его способность убедить потребителя в уникальных свойствах использованного рыбного сырья: экологической чистоте или лучшей сохранности полезных ве-

ществ. Продукция должна внушать уверенность потребителю в своей качественности и безопасности для здоровья.

2. *Сегмент семей пенсионеров, многодетных и безработных с низким уровнем дохода.* Решающим фактором при совершении покупки является ценовой, поэтому в продвижении продукции на рынок для данного сегмента необходимо делать акцент на цене.

3. *Сегмент неполных семей: холостяков, студентов со средним и низким уровнем доходов,* проживающих вне семьи. Этот сегмент довольно узок, в основном представлен молодыми людьми в возрасте 25—30 лет, которые покупают консервы в силу неумения готовить, активного образа жизни и других причин. Принимая решение о покупке, молодые люди обращают внимание на яркость упаковки и известность торговой марки.

При продвижении своей продукции р/к «За Родину» должен ориентироваться на представителей первого и второго сегментов, потребляющих основную часть выпускаемых консервов.

После выбора целевых рынков необходимо решить, какой маркетинговой стратегии следует придерживаться р/к «За Родину» при продвижении своей продукции. С учетом ограниченности ресурсов предприятия на осуществление полного комплекса маркетинговых мероприятий наиболее оптимальной является стратегия концентрированного маркетинга. Благодаря концентрированному маркетингу р/к «За Родину» может обеспечить себе прочную рыночную позицию в обслуживаемых сегментах, поскольку предприятие лучше других знает нужды входящих в них представителей и пользуется здесь достаточно высокой репутацией.

Для обеспечения прочной рыночной позиции необходимо провести позиционирование[1] рыбоконсервной продукции р/к

[1] Позиционированием называется процесс поиска такой рыночной позиции для продукта, которая будет выгодно отличать его от положения конкурентов [1, с. 583]. Позиция товара — это оценка товара потребителями по основным его характеристикам, то есть оценка потребителем места, позиции, которое занимает данный товар по отношению к товарам-конкурентам.

«За Родину» на рынке Калининградской области. Это позиционирование будет осуществляться с учетом двух целевых групп потребителей, для которых создаются и предлагаются преимущества и уникальность продукта.

Торговой маркой р/к «За Родину» является одноименное название, заключенное в оттиске печати круглой формы. Образ печати ассоциируется с гарантией качества выбранного товара, подтвержденной производителем.

Для правильной организации позиционирования необходимо оценить набор конкурентных преимуществ, выбрать из них позволяющие занять торговой марке «За Родину» особое место в сознании потенциальных потребителей и осуществить стратегию продвижения рыбоконсервной продукции с учетом выбранных преимуществ [3, с. 335].

Основные конкурентные преимущества рыболовецкого колхоза «За Родину» на рынке Калининградской области:

— низкая цена при высоком качестве продукции;

— применение традиционных рецептур при изготовлении рыбоконсервов, что не позволяет использовать в производстве продукции консерванты искусственного происхождения;

— положительный образ местного производителя в глазах населения;

— экологически чистое сырье;

— патриотическое название «За Родину», вызывающие положительные ассоциации у потребителей зрелого возраста;

— использование печати на банке с надписью «За Родину» и подписи «В лучших традициях» способствует формированию у потребителя уверенности в качестве приобретаемой продукции;

— яркое оформление с логотипом «За Родину» является надежным ориентиром для выбора качественного и вкусного продукта;

— организация производства на предприятии по принципу вертикальной интеграции.

Завоевание прочной рыночной позиции рыбоконсервной продукции на рынке Калининградской области возможно только в случае определения таких конкурентных преимуществ, которые могут вывести продукцию р/к «За Родину» на качественно новый уровень, сделать ее узнаваемой и вызывающей доверие у потенциальных потребителей.

Первым преимуществом следует считать *традиции р/к «За Родину», которым уже 60 лет*. Гарантия качества, проверенного временем, и традиционных рецептур, по которым производятся рыбные консервы, — залог успеха при продвижении продукции р/к «За Родину».

Второе преимущество — *положительный образ местного производителя в глазах населения.*

Следующий положительный момент, который, безусловно, может повлиять на принятие решения о покупке, — это *оригинально разработанный дизайн торговой марки*. Печать как гарант и подтверждение качества продукции — оригинальный ход в процессе ее продвижения, позволяющий и создать собственный неповторимый образ торговой марки р/к «За Родину», и привлечь потенциальных потребителей.

С учетом структуры рынка рыбоконсервов в Калининградской области, где одними из сильных конкурентов являются латвийские производители шпрот и натуральных рыбоконсервов с добавлением масла (АО «Гамма-А», АО «Бривас Вилнус», АО «Банга»), следует использовать название торговой марки как своеобразный призыв поддержать российского производителя при покупке продукции р/к «За Родину». Кроме того, ностальгия — одно из чувств, которое может повлиять на покупку рыбных консервов именно этого производителя.

Таким образом, учет вышеперечисленных конкурентных преимуществ продукции является залогом успеха р/к «За Родину» при ее продвижении на рынок Калининградской области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бейкер М.Д.* Маркетинг. — СПб., 2002.

2. *Голубков Е.П.* Сегментация и позиционирование // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — № 4.

3. *Котлер Ф., Келлер К.Л.* Маркетинг, менеджмент. — СПб., 2005.

В.А. Черкасова,
ст. преподаватель, Государственный университет — Высшая школа экономики

МЕТОДЫ СЦЕНАРНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМИ РИСКАМИ

Предложена методика процесса разработки сценариев по управлению предпринимательскими рисками.

Proposes methods for development of entrepreneurial risks' management scenarios.

Основные виды стратегических рисков предприятий характеризуются переоценкой темпов роста продаж продукции предприятий; неготовностью предприятий к расширению и реструктуризации; отсутствием квалифицированных кадров, необходимых для расширения; несоответствием инфраструктуры бизнеса возможностям предприятий; недостаточной изученностью политики конкурентов; переоценкой собственного опыта; ориентацией на краткосрочные перспективы; недостаточной изученностью целевого рынка; неправильным позиционированием товара; неэффективностью применяемых технологий.

С учетом выявленных наиболее характерных стратегических рисков автором разработан алгоритм процесса составления сценариев по управлению предпринимательскими рисками предприятия. Предлагается следующая методика процесса разработки сценариев для холдинга по управлению его предпринимательскими рисками.

Во-первых, формируется система целей холдинга. Без понимания того, куда движется предприятие, каких результатов

хочет добиться руководство, какие цели оно ставит перед своими сотрудниками, невозможно правильно организовать эффективную работу предприятия, принять грамотное решение о выборе сценария, позволяющего управлять возникающими рисками. На основе построенной системы целей рабочая группа будет разрабатывать сценарии развития холдинга.

Во-вторых, проводится сравнительный анализ предприятий, действующих на одном рынке или в одной отрасли, для выявления всех предпринимательских рисков и определения места холдинга рядом с другими конкурирующими предприятиями. Важную роль играет оценка деятельности конкурентов, тактика их поведения в перспективе.

В-третьих, рабочая группа, созданная для разработки сценариев и состоящая из специалистов в этой области, ориентируясь на главные цели и сравнительный анализ холдинга с его конкурентами, приступает к сбору и обработке экспертной информации, необходимой для разработки сценариев. В качестве экспертов в команду привлекаются руководитель фирмы, главный администратор, руководители финансового, юридического отделов, отдела планирования, бухгалтерии, начальники цехов, отдела логистики, маркетинга, менеджеры фирмы. Для апробации предложенной методики были привлечены как внутренние, так и внешние эксперты из независимых консалтинговых компаний. На этом этапе рабочая группа выявляет положительные и отрицательные факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на предприятие в данный момент времени.

В-четвертых, целью рабочей группы является изучение внешних и внутренних факторов во времени. Для этого экспертам предлагается оценить по десятибалльной шкале вероятность реализации конкретного фактора в конкретный период времени, что позволит выявить сильные стороны холдинга и слабые позиции предприятия, развитие которых предсказуемо с достаточно большой степенью вероятности. Через определенные интервалы времени анализ необходимо повторять во избежание активизации непредсказуемых факторов.

В-пятых, все факторы, независимо от их влияния (отрицательного или положительного), делятся на определенные группы. Эксперты оценивают по десятибалльной шкале степень значимости каждой группы факторов. Характеристикой группового ответа служит среднеарифметическое из оценок экспертов. В работе в результате апробации методики сценарного планирования на холдинге «Лебедянский» в 2006 году выявлены следующие группы факторов: деятельность ближайших конкурентов, отраслевые, государственные, управленческие, производственные, маркетинговые, финансовые факторы, которые могут служить основой при разработке сценариев и для других предприятий.

Далее эксперты оценивают значимость каждого фактора по отдельности внутри группы (также по десятибалльной шкале). Общая значимость фактора рассчитывается как среднегеометрическое из значимости группы и значимости фактора внутри группы:

$$M_j = \sqrt{M_i \cdot M_{ij}},$$

где *Mj* — общая значимость *j*-го фактора,

Mi — значимость *i*-й группы,

Mij — значимость фактора *j* в группе *i*.

По результатам вычислений определяется ранг каждого фактора на основе трех показателей. Для этого учитывается значимость группы, значимость фактора внутри группы и вероятность данного фактора на конкретный момент времени.

$$R_j = M_j \cdot P_j,$$

где *Rj* — ранг *j*-го фактора,

Mj — значимость *j*-го фактора,

Pj — вероятность *j*-го фактора в конкретном году.

Проранжированные факторы служат основой для определения сценариев развития предприятия.

В-шестых, составляется матрица возможных направлений развития холдинга (рис. 1).

		Влияние внешней среды	
		Благоприятные возможности	Угрозы
Влияние внутренней среды	Положительные факторы		Сила и угрозы
	Отрицательные факторы	Слабость и возможности	

Рис. 1. Матрица возможных направлений развития холдинга

По данной матрице рабочая группа выбирает наиболее приемлемые направления для развития предприятия, отбрасывая заведомо проигрышные сочетания. Матрица позволяет выявить, какие сильные внутренние факторы есть у холдинга на данный момент, которыми он может воспользоваться; какие риски представляют для предприятия наибольшую угрозу в перспективе; какие возможности внешней среды являются наиболее привлекательными и какие угрозы внешней среды для предприятия наиболее опасны. Рабочая группа, прежде чем переходить к выбору конкретного сценария, может увидеть все уязвимые места холдинга и все его преимущества на прогнозируемый год.

В-седьмых, происходит выбор наиболее привлекательного сценария развития для холдинга. Положительных и отрицательных факторов, выделяемых как во внешней, так и во внутренней среде, может быть достаточно много. При комплексном управлении рисками для достижения целей предприятия и осуществления его стратегии бороться с каждым из них невозможно, поэтому целесообразно сложить ранги факторов, входящих в определенную группу, и определить среднее значение ранга группы. Если ранг группы внешних факторов, предоставляющей возможности для предприятия, окажется больше ранга группы отрицательных факторов внутренней

среды, то данное направление является привлекательным сценарием развития для предприятия.

И наоборот: во внутренней среде можно найти группу положительных факторов, которые по рангу перекрывают группу угроз внешней среды. Это еще одно направление развития предприятия.

Третьим привлекательным направлением для холдинга является борьба с рисками силами самого предприятия. В этом случае ранг группы внутренних положительных факторов должен перекрывать ранг группы внутренних отрицательных факторов.

Для анализируемого холдинга выбор приемлемых сценариев развития представлен в таблице 1. Для управления *угрозами внешней среды* лучшим сценарием является *управление финансами предприятия* (ранг этой группы факторов — 52 — перекрывает ранги внешних угроз); на втором месте — акцент на решении управленческих задач (ранг 37). *Отраслевые возможности* внешней среды лучше подходят для управления *внутренними рисками предприятия* (ранг 40), на втором месте — использование возможностей финансовой сферы (ранг 37,5).

Таблица 1

Возможные сценарии развития холдинга

Факторы	Ранг групп	Возможности		Угрозы		
		Финансовые	Отраслевые	Конкуренты	Отраслевые	Государственные
Ранг групп		37,5	40	52	13	22
Внешние положительные факторы						
Маркетинговые	35				x	x
Управленческие	37				x	x
Финансовые	52			x	x	x
Производственные	29				x	x

Окончание табл. 1

Факторы	Ранг групп	Возможности		Угрозы		
		Финансовые	Отраслевые	Конкуренты	Отраслевые	Государственные
Внутренние отрицательные факторы						
Маркетинговые	23	x	x			
Управленческие	21	x	x			
Финансовые	44					
Производственные	21	x	x			

x — положительные факторы, которые перекрывают действие отрицательных риск-факторов.

Для управления *внутренними рисками* своими силами лучшим вариантом является сосредоточение на решении *управленческих задач* (ранг 37), на втором месте — управление маркетинговыми факторами (ранг 35). Этот вывод был сделан на основе сравнения рангов внутренних положительных и отрицательных групп факторов. Так, у маркетинговых факторов разница между положительными и отрицательными факторами составила 12, у управленческих — 16, у финансовых и производственных — по 8.

Таким образом на основе проведенного анализа определены следующие приемлемые сценарии развития предприятия на 2006 год для холдинга «Лебедянский»: управление финансами предприятия (ранг 52), совершенствование системы управления (ранг 37), улучшение отраслевой конъюнктуры (ранг 40), использование возможностей финансовой сферы (ранг 37,5) и маркетинговых возможностей (ранг 35).

В-восьмых, когда выявлены все сценарии, их необходимо ранжировать по степени влияния на финансовые результаты деятельности холдинга. Для этой цели используется *метод анализа иерархий*. Он заключается в последовательной обработке суждений группы экспертов по парным сравнениям. Особенностью метода анализа иерархий является возможность

получения ранжированных оценок сценариев с точки зрения увеличения прибыли предприятия с конкретным обоснованием выбора, а также распределение всех остальных сценариев по приоритетности.

Все сценарии были проанализированы с помощью метода анализа иерархий с позиции их влияния на два выбранных финансовых показателя: издержки и выручку. Такой подход помогает выделить влияние каждого из сценариев на доходную и затратную части денежных потоков предприятия. Получаемая в итоге интегральная оценка может быть интерпретирована как степень влияния выделенных сценариев на прибыль предприятия и, таким образом, позволяет количественно измерить влияние сценариев на финансовые результаты холдинга.

Для достижения этой цели, по мнению экспертов, первым шагом является оценка веса выбранных критериев. Эксперты оценивали по десятибалльной шкале важность одного критерия по отношению к другому на прогнозируемый период времени (W_1/W_2).

Собственный вектор W_i определяется как среднегеометрическое из полученных средних оценок экспертов для каждого из критериев и характеризует преобладание одного критерия над остальными: $W_i = (1\times (W_1/W_2) \times ... \times (W_1/W_n))^{1/n}$.

Значения полученных нормализованных собственных векторов могут быть интерпретированы как веса́ критериев при дальнейшем расчете вклада каждого из них в общий финансовый результат холдинга и рассчитываются следующим образом:

$$X_i = W_i / \sum W_i.$$

Для холдинга «Лебедянский» с учетом стратегии предприятия (удержание позиций на рынке, сохранение рыночной доли) получены следующие оценки весов критериев (табл. 2). Вес выручки (66 %) почти в два раза превышает вес издержек (34 %).

Таблица 2

Определение веса критерия

Критерий	Выручка	Издержки	Собственный вектор	Нормализованный собственный вектор
Выручка	1	1,94 (W_1/W_2)	1,39	0,66
Издержки	0,52 (W_2/W_1)	1	0,72	0,34
Сумма	—	—	2,11	1

Следующим шагом является проведение опроса экспертов для оценки степени влияния каждого из сценариев на выручку и издержки холдинга. Опрос экспертов проводится в следующей форме. Задается вопрос: какова значимость одного сценария по отношению к другому с точки зрения их влияния на определенный критерий — выручку или издержки предприятия? Оценки экспертов заносятся в отдельную таблицу по каждому критерию. Нормализованные собственные вектора могут быть интерпретированы как веса́ соответствующих сценариев в их влиянии на увеличение выручки холдинга или снижение его издержек.

Полученные результаты влияния сценариев сначала на выручку, затем на издержки предприятия позволяют определить интегральную оценку, по которой сценарии можно ранжировать по их влиянию на финансовые результаты холдинга.

Интегральная оценка сценария = вес критерия «выручка» × вес сценария по влиянию на увеличение выручки + вес критерия «издержки» × вес сценария по влиянию на снижение издержек.

В рамках апробации методики на холдинге «Лебедянский» получены следующие результаты (табл. 3).

Таблица 3

Интегральное ранжирование сценариев

Сценарий	Критерий		Интегральная оценка сценариев компании
	Численное значение вектора приоритета		
	Воздействие на выручку	Воздействие на издержки	
	0,66	0,34	
Управление финансами компании	0,047	0,378	0,160
Совершенствование системы управления	0,070	0,260	0,135
Использование улучшения отраслевой конъюнктуры	0,261	0,116	0,212
Использование возможностей финансовой среды	0,069	0,194	0,112
Использование маркетинговых возможностей	0,553	0,051	0,382

Таким образом, с точки зрения влияния на прибыль лучшим сценарием является использование маркетинговых возможностей (ранг 38,2). Экономический эффект от каждого сценария достигается реализацией действий по минимизации предпринимательских рисков с учетом затрат на их проведение, предполагаемых тем или иным сценарием. Собственный вектор действий является конечным результатом анализа влияния всех действий данного сценария на прибыль холдинга. Ранг влияния действия на прибыль равен произведению собственного вектора действия на ранг сценария, которому принадлежит данное действие.

Процент прироста прибыли от реализации конкретного действия $= (N \times Ri)/R_{ср}$,

где $R_{ср}$ — действие со средним рангом;

Ri — ранг влияния действия на прибыль, который рассчитывается как произведение собственного вектора действия на ранг сценария, полученный методом анализа иерархий;

N — прирост чистой прибыли для действия со средним рангом, в процентах. Для расчета результата по анализируемому холдингу данное значение принято равным 8 %, исходя из ожидаемого среднего темпа прироста чистой прибыли, заложенного в отчетах компании.

В результате расчета увеличения прибыли, приносимой каждым сценарием, получены следующие данные ранжирования сценариев по их влиянию на прибыль холдинга (рис. 2).

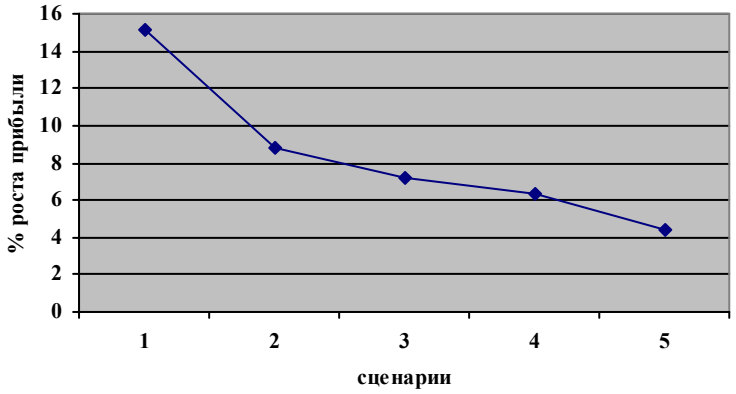

Рис. 2. Экономический эффект от сценариев:
1 — использование маркетинговых возможностей — 15,16 %,
2 — использование улучшения отраслевой конъюнктуры — 8,81 %,
3 — управление финансами компании — 7,2 %,
4 — совершенствование системы управления — 6,31 %,
5 — использование возможностей финансовой среды — 4,39 %

В-девятых, после определения возможных сценариев развития холдинга и их ранжирования составляется матрица рисков — графическое и текстовое описание рисков, свойственных каждому сценарию. На одной стороне такой матрицы указывается значимость риска, а на другой — вероятность его возникновения (рис. 3).

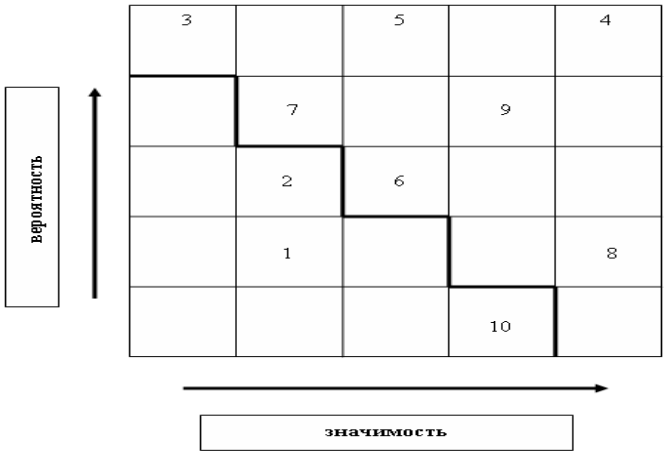

Рис. 3. Матрица рисков

Критическая граница терпимости к риску представляет собой утолщенную линию на матрице рисков. Она отделяет риски, которые могут привести к провалу данного сценария, от рисков, которые не представляют опасности в данный момент времени. Граница толерантности может меняться в зависимости от отношения руководства к рискам. При выборе определенного сценария предприятию предстоит бороться, прежде всего, с наиболее опасными рисками, лежащими за критической чертой. Задача руководства холдинга — перевести такие риски в зону терпимости. В этом случае руководство предприятия будет выбирать такие действия, свойственные конкретному сценарию, которые по рангу перекрывали бы влияние отрицательных факторов.

В заключение разрабатывается план действий по нейтрализации наиболее опасных рисков, свойственных выбранному сценарию, путем либо их уменьшения, либо передачи. Задача холдинга заключается в уменьшении вероятности наступления наиболее опасных рисков или в снижении потерь от их наступления. Рабочая группа должна обратить внимание на соотношение выгод от проведения операций по нейтрализации рисков с затратами на них. Также необходимо учитывать, что снижение рисков данного сценария может привести к потере доходности по сценарию, а следовательно, к уменьшению его привлекательности. По результатам данного этапа оценивается, все ли необходимые меры приняты, изменились ли риски по сравнению с предыдущим значением, достигнуты ли цели предприятия.

О.В. Прохорова,
аспирантка, РГУ им. И. Канта

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Представлен анализ географического распределения прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в мире, в России, их отраслевая структура, а также тенденции и структура ПИИ в Калининградской области. Рассмотрены факторы привлечения ПИИ, формирующие сравнительное преимущество страны или региона.

The work presents analysis of geographical distribution of direct foreign investments (DFI) in the world, in Russia, their separation by industries, as well as DFI tendencies and structure in the Kaliningrad region. The author reviews DFI attraction factors that form comparative advantage for a country or a region.

Одной из черт современной глобализации является постепенное формирование общемирового инвестиционного пространства с крупномасштабным трансграничным перемеще-

нием капитала, в том числе в форме прямых иностранных инвестиций (ПИИ). ПИИ — важнейший источник долгосрочного финансирования экономического развития страны, которое влечет за собой увеличение занятости, распространение новых технологий, приобретение организационно-управленческого опыта, доступ в международную торговую сеть и обеспечивает базу развития для многих российских фирм.

Кроме того, ПИИ способствуют глобальному росту и повышению конкурентоспособности предприятий, поэтому в современной международной экономике все ожесточеннее становится конкурентная борьба между странами за большее количество потоков ПИИ, а со стороны международных организации (ВТО, Всемирный банк) все жестче обозначаются требования соблюдения равноправной добросовестной конкуренции в привлечении иностранного капитала.

Особенно привлекательными регионами для иностранного капитала выступают промышленно развитые страны, что напрямую связано с продолжающимся процессом трансграничных слияний и поглощений компаний. Именно международные слияния и поглощения в течение 2002—2005 годов стали основным побудительным мотивом резкого увеличения ПИИ.

Анализируя географическое распределение накопленных в мире ПИИ, можно сказать, что доминирующая роль ведущих экспортеров и импортеров капитала в форме ПИИ приходится на развитые страны, однако эта тенденция с 2004 года уменьшается и наблюдается заметный рост доли развивающихся стран. Это связано с изменением мировой хозяйственной конъюнктуры, особенно в развитых странах, а также расширением процесса регионализации мировых хозяйственных связей (табл. 1).

Таблица 1

Региональная структура мирового потока ПИИ, %

Страны	1999—2000	2001—2002	2003—2004
Мир в целом	100,0	100,0	100,0
В том числе: Развитые страны	79,8	70,8	58,8

Окончание табл. 1

Страны	1999—2000	2001—2002	2003—2004
Развивающиеся страны	18,2	25,3	35,9
Бразилия	2,4	2,6	2,2
Мексика	1,2	2,8	2,4
Китай	2,9	6,7	9,7
Страны ЦВЕ	2,0	3,9	5,3
Чехия	0,4	0,9	0,7
Польша	0,7	0,7	0,8
Россия	0,2	0,3	1,4

Источник: World Investment Report 2004.

Одной из самых привлекательных стран для ПИИ является Китай, где абсолютные и относительные показатели привлечения ПИИ последовательно улучшались. Все более активной в привлечении иностранного капитала становится Индия. Довольно уверенно выглядят Бразилия и Мексика. Основными конкурентными преимуществами этих стран являются значительные масштабы их внутренних рынков, дешевая рабочая сила, наличие сырьевых ресурсов, перспективы и динамика роста, а также грамотная политика в области привлечения ПИИ.

Пока скромную, но имеющую тенденцию к росту доли притока ПИИ позицию заняли страны ЦВЕ (Чехия, Польша, Венгрия). При этом крупнейшими экспортерами ПИИ в страны ЦВЕ являются западноевропейские компании Германии, Франции, Великобритании, Испании, Италии и Швейцарии. Рыночная доля ПИИ в Европе с их стороны увеличилась с 46 % в 2000 году до 59 % в 2004-м, а доля компаний из остальной части мира соответственно снизилась с 54 до 41 %. Главными причинами, объясняющими большую долю западноевропейских инвестиций в данный регион, являются общая либерализация торговых и капитальных потоков, процесс приватизации государственной собственности, близость к развитым странам Европы, исторические, политические и экономические связи с большинством стран региона, открытие новых

рынков, а также дальнейшие перспективы развития после вступления стран ЦВЕ в Европейский союз.

Россия начала привлекать иностранный капитал в его современных формах довольно поздно. Несмотря на это, в последние 3—4 года отмечен существенный рост притока ПИИ: в 2004 году они увеличились в 2,3 раза по сравнению с низким посткризисным уровнем предыдущих лет, что, несомненно, свидетельствует о растущем интересе иностранных инвесторов к российской экономике. В результате Россия опередила другие страны ЦВЕ по годовым притокам ПИИ и догнала ведущие из них по накопленному объему. По данным ЦБ РФ, отраженным в отчете, международная инвестиционная позиция РФ за 2004 год по ПИИ в экономику страны равняются 114 млрд дол. Однако сохраняется отставание от других стран-конкурентов за иностранный капитал, особенно от Китая. Современное положение России может быть оценено как весьма скромное, что не соответствует потребностям национальной экономики и ее способностям абсорбировать иностранный капитал. Потенциал страны в области привлечения ПИИ остается нереализованным.

В Калининградской области также прослеживается положительная тенденция роста иностранных инвестиций, большая доля которых приходится на ПИИ (рис. 1).

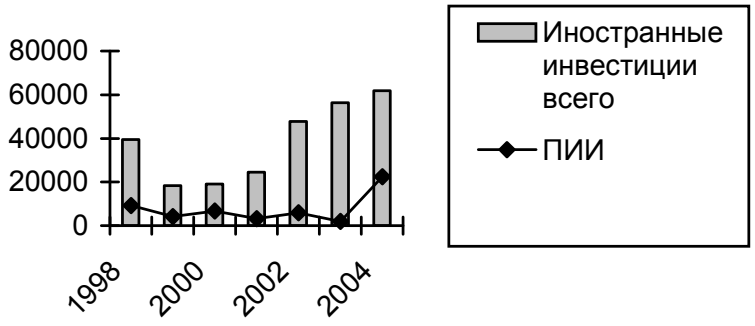

Рис. 1. Динамика иностранных инвестиций в Калининградской области, тыс. дол.

В 2004 году приток ПИИ в мире увеличился по сравнению с предыдущим годом всего на 2,5 % — до 648,1 млрд дол., оставаясь ниже показателя 2000 года (1,4 трлн дол.) более чем наполовину. Сохраняется опережающий рост ввоза ПИИ в страны Восточной и Юго-Восточной Азии, Латинской Америки, ЦВЕ, являющиеся прямыми конкурентами России на мировом рынке ПИИ.

Для всех стран, участвующих в конкурентном противосостоянии за привлечение иностранных инвестиций, преимущественно прямых, наиболее важной остается проблема формирования такого национального инвестиционного климата, который привлекал бы инвестиции, тесно связанные с национальной экономикой и способствующие формированию экспортного потенциала и использованию высоких технологий. По данным рейтингового агентства «Эксперт», Россия занимает 49-е место в мире по инвестиционной привлекательности, что влияет на ее мировую конкурентоспособность и отношение к ней иностранных инвесторов. Кроме промышленно развитых стран впереди России по привлекательности для иностранных инвесторов стоят Китай, Бразилия, Гонконг, Тайвань, Аргентина; заметно увеличились вложения в оффшорные центры Карибского бассейна — Бермудские, Виргинские, Антильские острова.

За привлечение ПИИ конкурируют не только отдельные страны, но и целые отрасли мирового и национального хозяйства. Отраслевое распределение ПИИ также связано с мировой хозяйственной конъюнктурой. Среди отраслей экономики первое место по привлечению ПИИ уверенно занимает сфера услуг, вложения в которую растут опережающими темпами. В последние годы укрепился их устойчивый приоритет, наблюдается постоянное увеличение доли вложений в третичный сектор экономики (сфера услуг) при неуклонном снижении доли иностранных инвестиций в первичный (добывающие отрасли, сельское, лесное, рыбное хозяйство) и вторичный (обрабатывающая промышленность) секторы (табл. 2).

Таблица 2

Динамика секторальной структуры ввезенных ПИИ в мировой экономике, %

Сектор	1990	2004
Первичный	9	7
Вторичный	42	35
Третичный	49	61

Источник: World Investment Report 2004.

Согласно материалам Росстата, в 2004 году в России на долю первичного сектора приходилось 24,9 % всего объема ПИИ, поступившего в Россию, вторичного — 25,2 %, третичного — около 50 %.

Распределение иностранных инвестиций в российской экономике по секторам, в том числе в Калининградской области, не соответствует общемировым тенденциям: резко возросла доля поступлений во вторичный и третичный секторы (табл. 3).

Таблица 3

Динамика секторальной структуры ПИИ в России, %

Сектор	1998	2000	2002	2004
Первичный	8,75	10,7	17,2	24,9
Вторичный	49,8	31,6	28,6	25,2
Третичный	32,8	45,9	40,3	50,0

Источник: Госкомстат РФ, 2004.

Данные о распределении ПИИ по отраслям экономики России показывают, что наиболее привлекательными для иностранного инвестора являются топливная промышленность (28 %), оптовая и розничная торговля (25,9 %), коммер-

ческие услуги (операции с недвижимым имуществом — 8,7 %). Далее следовали транспорт и связь (7,2 %), финансовая деятельность (4,9 %). Наименее привлекательными для иностранных инвесторов являются сельское, рыбное хозяйство (0,8 %), легкая промышленность (0,3 %), производство и распределение электроэнергии, газа и воды (0,5 %), здравоохранение и социальные услуги (0,1 %).

Анализ ПИИ в Калининградской области показал, что наиболее привлекательными для иностранных инвесторов являются промышленность (до 95 %), топливная промышленность, материально-техническое снабжение, торговля и общественное питание (рис. 2).

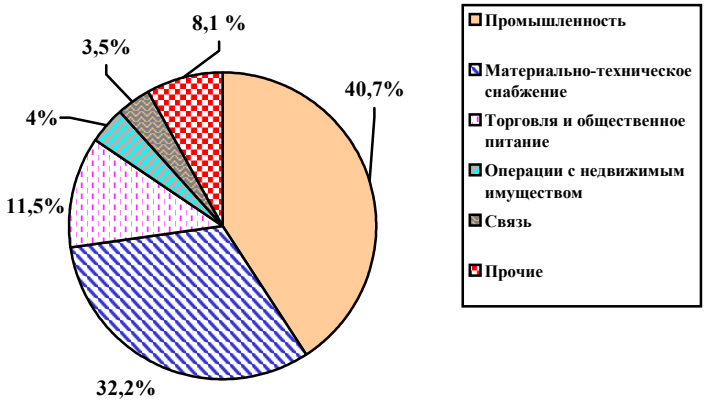

Рис. 2. Распределение ПИИ по отраслям экономики Калининградской области, %

Сложившееся в России распределение иностранных инвестиций по отраслям экономики не отвечает потребностям модернизации страны и подчеркивает необходимость разработки национальной промышленной политики и соответствующей ей стратегии в области привлечения иностранного капитала.

Распределение иностранных инвестиций по отраслям промышленности во многом определяется краткосрочными инте-

ресами зарубежных инвесторов. Они охотно инвестируют с быстрой оборачиваемостью капитала, окупаемостью, обеспечивающие гарантированный доход — пищевую промышленность (пивоваренную, табачную, кондитерскую), торговлю, общественное питание. В то же время иностранные инвестиции практически не участвуют в создании в России современных высокотехнологических производств и услуг, которые смогли бы коренным образом изменить сложившуюся внешнеэкономическую специализацию страны.

Таким образом, иностранные инвестиции при их растущей значимости пока не стали фактором, способствующим устойчивому росту российской экономики и повышению ее конкурентоспособности. Достигнутые количественные и качественные показатели не соответствует инвестиционному потенциалу и инвестиционным нуждам страны. Значительная часть направляемых в Россию зарубежных вложений не связана с расширением экспортного потенциала и развитием наукоемких производств и в недостаточной степени способствует решению проблемы импортозамещения.

Поэтому все более актуальным для повышения конкурентоспособности России становится разработка комплексной концепции государственной политики в сфере привлечения ПИИ, в которой целесообразно определить отраслевые и территориальные приоритеты: условия доступа иностранного капитала в стратегические отрасли, меры снижения инвестиционных рисков и обеспечение льгот. При этом, учитывая динамизм внешней среды, следует систематически корректировать государственную инвестиционную политику. С этой целью важно тщательно изучать факторы, объясняющие причины ПИИ, а также направления, объемы ПИИ и мотивы иностранных инвесторов, определяющие их поведение при выборе целевой страны (региона) или отрасли для вложения капитала. Факторы привлечения ПИИ указывают на конкурентные преимущества; важнейшими из них являются экономические, институциональные, развитость инфраструктуры, государственная экономическая политика, открытость региона, а также географические факторы (табл. 4).

Таблица 4

Факторы привлечения ПИИ

Факторы	Содержание
Экономические	ВНП Уровень образования Доступ к дешевым факторам производства Уровень заработной платы
Институциональные	Уровень преступности Степени риска вложений в страну Политическая стабильность в стране
Государственная экономическая политика	Инвестиционный рейтинг страны Прогресс рыночных реформ в стране Внутренние частные инвестиции Возможность контактов с местными органами власти
Развитость инфраструктуры	Протяженность дорог Доля городского населения Возможность доступа к информации о локальных рынках
Открытость региона	Развитость внешней торговли Возможность контролировать объекты интеллектуальной собственности, стратегию продаж и качество продукции
Географические	Климатические условия, наличие природных ископаемых Расстояние до столицы Наличие крупного морского порта

Экономические факторы включают такие характеристики экономической конъюнктуры, как размер рынка, цена факторов производства, их качество, уровень образования населения. Иностранные инвесторы заинтересованы в экономическом потенциале страны, который отражается с помощью показателя ВНП. Высокий уровень заработной платы также является положительным фактором для иностранных инвесто-

ров, так как связанный с ней высокий уровень жизни населения в стране свидетельствует не только о потенциале рынка (инвесторы рассматривают любую территорию страны и с точки зрения дополнительного рынка сбыта своей продукции), но и о социальной стабильности в нем.

Развитость инфраструктуры показывает, насколько сложно (или просто) и затратно найти поставщиков и распределить товары между различными рынками (развитие транспортной сети, наличие современных средств коммуникации, уровень развития кредитно-финансовой инфраструктуры).

Уровень институционального развития — наличие четких правил и норм, хорошая собираемость налогов, высокий уровень участия населения в выполнении гражданских обязанностей, устойчивость правовых институтов, уровень преступности — влияет на принятие решения иностранными инвесторами, особенно в развивающихся странах.

Государственная экономическая политика, в том числе в области инвестиционной деятельности, включает в себя политическую ситуацию в стране, инвестиционный рейтинг, объем внутренних инвестиций в стране, который отражает общий инвестиционный климат, прогресс рыночных реформ (включают показатели реструктуризации предприятий, уровень рыночного мышления, реформы финансового сектора, создание правового и институционального поля для бизнеса). Активность внутренних инвестиций является положительным сигналом для иностранных инвесторов.

Перечисленные факторы формируют сравнительное преимущество страны в процессе привлечения ПИИ. При этом иностранные инвесторы учитывают факторы не только по отдельности, но и в их совокупности для конкретной страны, поэтому в целях повышения конкурентоспособности важно анализировать и учитывать все факторы, что позволило бы сформировать ряд методических принципов по выработке государственной политики конкурентоспособности, сфокусированной на привлечении ПИИ и способствующей улучшению инвестиционного климата.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Инвестиционный* бизнес: Учеб. пособие / Под ред. Ю.В. Яковец. — М., 2002.
2. *Нестерова Д.В., Мариев О.С.* Факторы привлечения прямых иностранных инвестиций в российские регионы // Экономика региона. — 2005. — № 4. — С. 57—70.
3. *Караваев В.Н.* Отраслевые и региональные проблемы привлечения иностранных инвестиций в экономику России // Мировая экономика и международные отношения. — 2005. — № 9. — С. 12—21.

В.А. Колосов,
аспирант, РГУ им. И. Канта

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В РАЗВИТИИ ПРИОРИТЕТНЫХ ОТРАСЛЕЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Исследована проблема выбора приоритетов развития региона. Проанализирована динамика инвестиционной деятельности в Калининградской области, рассмотрены наиболее крупные инвестиционные проекты, реализованные в 2003—2005 годах, и их влияние на развитие региона. Исследована структура формирования инвестиций в экономику области, их отраслевое распределение.

The article investigates the problem of selection of the region's development priorities; analyzes the dynamics of the investment activities in the Kaliningrad region, reviews the biggest investment projects realized during 2003—2005, their influence on the region's development. The author investigates the structure of investments' creation into the region's economy, their distribution by industries.

Правильно выбранные приоритеты развития и эффективный механизм их реализации обеспечивают качественные из-

менения параметров региональной системы, а в долгосрочном периоде приводят к повышению уровня жизни населения региона, улучшению структуры и основных показателей региональной экономики.

Выбранные приоритеты развития региона должны давать наибольшую отдачу от используемых для их реализации ограниченных инвестиционных ресурсов. Кроме того, они должны обеспечивать реализацию целей развития региональной системы. Проблема выбора приоритетов развития осложняется необходимостью учета как экономической составляющей ожидаемого эффекта от их реализации, так и влияния выбранных приоритетов развития на социальные показатели и экосистему региона. Проблема развития приоритетных отраслей в условиях ограниченных объемов ресурсов, которые могут быть выделены регионом для стимулирования инвестиционной деятельности и развития региональной системы, имеет решение только в случае концентрации ресурсов хозяйствующих субъектов и бюджетных средств на выбранных направлениях.

Анализ динамики инвестиционной деятельности в Калининградской области свидетельствует о положительном росте накопленных здесь инвестиций. Последние два года рост инвестиций в экономику региона приобрел впечатляющие масштабы: в 2004 году — 279 % к итогу предыдущего года в сопоставимых ценах. Впервые инвестиции в основной капитал на душу населения в Калининградской области за много лет превысили среднероссийское значение (табл. 1).

Таблица 1

Структура формирования инвестиций в экономику Калининградской области в 1999—2004 годах

Показатель	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Финансовые вложения предприятий и организаций (млн руб.)	963,6	2530,2	2178,1	3777,6	3424,8	13211

Окончание табл. 1

Показатель	1999	2000	2001	2002	2003	2004
В том числе: Долгосрочные	323,8	508,3	306,3	311,7	743,5	602,8
Краткосрочные	639,8	2021,9	1871,8	3465,9	2609,5	12608
Инвестиции в нефинансовые активы (млн руб.)	2021,1	4175,7	5580,1	6114,7	11515	15479
В том числе: Инвестиции в основной капитал	1753,5	3642,4	5362,3	5560,2	10980	14493
Иностранные инвестиции (млн руб.)	449,80	537,39	717,62	1495,3	1724,7	1783,1

По данным органов государственной статистики, инвестиции в основной капитал (по полному кругу предприятий) в январе-ноябре 2005 года составили 19482,4 млн руб., или 118,7 % к соответствующему периоду предыдущего года. В 2005 году ожидался рост инвестиций в основной капитал за счет всех источников финансирования по сравнению с 2004 годом на 8,5 % (общий объем — 21900 млн. руб.). В структуре инвестиций в основной капитал по источникам финансирования (по крупным и средним предприятиям) за 9 месяцев 2005 года собственные средства предприятий составили 36,2 %, привлеченные средства — 63,8 %, из них: кредиты банков — 16,5 %, бюджетные средства — 14,5 %.

На рост притока инвестиций положительное влияние оказывают меры государственной поддержки предприятий, осуществляющих инвестиционные проекты на территории Калининградской области в рамках регионального законодательства.

Крупные инвестиционные проекты в 2006 году реализуют: ОАО «Калининградская ТЭЦ-2» (инвестиционный проект «Строительство ТЭЦ-2 в г. Калининграде»); ОАО «Автотор-Холдинг» («Создание производства автомобилей и мотовелотехники в Особой экономической зоне Калининградской области»); ООО «Телебалт» («Организация производства теле-

визоров»), ООО «Газфлот», Калининградский филиал («Формирование специализированного газопромыслового флота в Калининградской области») и другие.

Инвестиционные проекты, реализуемые ОАО «Автотор-Холдинг», ООО «Газфлот» (Калининградский филиал), ООО «Газкомплектимпэкс» (филиал «Калининградгазкомплектимпэкс»), носят межрегиональный характер.

После затишья инвестиционной активности предприятий в 2002 году, во многом вызванного отменой инвестиционной льготы по налогу на прибыль, в 2003 году темпы роста инвестиций в основной капитал установили рекорд — 68,8 %.

При внимательном рассмотрении инвестиционный бум 2003—2004 годов выглядит односторонним. Основной вклад в столь стремительный рост инвестиций был сделан предприятиями электроэнергетики и топливной промышленности. Их доля в общем объеме инвестиций в основной капитал выросла, соответственно, с 3 и 25,5 % в 2002 году до 8,7 и 49,9 % по итогам 2003 года. Причем даже в рамках этих отраслей главный объем инвестиций пришелся всего на два объекта: строительство ТЭЦ-2 в Калининграде и освоение нефтяного месторождения Д-6 на шельфе Балтийского моря. Кроме того, отмечаются серьезные диспропорции в отраслевой структуре инвестиций: увеличивается доля инвестиций в добывающие отрасли и снижается в обрабатывающие отрасли промышленности (табл. 2).

Таблица 2

Инвестиции в основной капитал по отраслям экономики (млн руб.)

Отрасль	1999	2000	2001	2002	2003
Промышленность	799,6	2102,1	2573,8	2900,1	7386,4
В том числе: Электроэнергетика	103,2	84	85,3	183,2	1338,2
Топливная	395,1	1389,9	1989,3	1555,0	5025,2
Машиностроение	88,4	352,7	214,2	194,1	267,4

Окончание табл. 2

Отрасль	1999	2000	2001	2002	2003
Пищевая	173,9	221,0	182,5	860,0	452,2
Целлюлозно-бумажная и деревообрабатывающая	19,4	42,4	82,7	93,0	225,0
Сельское хозяйство	147,3	186,1	130,8	233,9	272,7
Строительство	43,2	151,6	48,4	289,2	121,3
Транспорт	208,5	488,4	555	944	1672
Связь	66,2	149	299,9	308,1	527,4
Жилищно-коммунальное хозяйство	159	109,2	261,9	386,8	355,1
Торговля и общественное питание	36,1	52,9	28,7	119,5	79,8

Вклад в инвестиционный спрос со стороны быстро растущих импортозамещающих предприятий пищевой и машиностроительной отраслей по-прежнему остается очень незначительным. Несмотря на рост масштабов инвестиционной деятельности, экономика региона продолжает находиться в таком состоянии инвестиционной активности, при котором значительную роль играет реализация одного-двух относительно крупных инвестиционных проектов.

Быстрый рост объемов инвестиций в 2003 году стал одной из причин сворачивания системы поддержки инвесторов в Калининградской области. Принятый в декабре 2003 года Закон об областном бюджете на 2004 год повлек за собой приостановку действия ключевых положений регионального законодательства, стимулирующего инвестиционную деятельность как на областном, так и на муниципальном уровнях. Это событие, учитывая неясность будущего режима ОЭЗ, существенно снизило инвестиционную привлекательность региона и привело к сокращению объемов инвестиционной деятельности уже во втором полугодии 2004 года.

Анализ статистических данных также свидетельствует о высоких темпах поступления и наращивания иностранных ин-

вестиций в 1999—2004 годах: приток иностранных инвестиций в экономику Калининградской области увеличился на 70%. Но несмотря на это, инвестиции из-за рубежа поступают в Калининградскую область крайне неравномерно из-за сильной зависимости ее экономики от состояния дел на всем российском экономическом пространстве.

Характер распределения иностранных инвестиций в те или иные отрасли позволяет судить о степени их привлекательности для вложения иностранного капитала, а косвенно — и о реальной конкурентоспособности отраслей калининградской экономики (табл. 3). Сейчас отраслевыми лидерами являются материально-техническое снабжение и сбыт (42% иностранных инвестиций за три последних года), промышленность (41%), торговля и общественное питание (около 15%). Практически прекратились инвестиции в строительство, значительно сократились иностранные вложения в отрасли транспорта, которые считаются одними из приоритетных в развитии области.

Таблица 3

Объем инвестиций, поступивших от иностранных инвесторов в 2000—2004 годах, по отраслям экономики (тыс. дол.)

Отрасль	2000	2001	2002	2003	2004
Промышленность	4196	4340	26590	18396	11319
В том числе:					
Топливная			23773	11275	3177
Машиностроение		170	118	4273	184
Пищевая	490	645	1634	1114	3580
Целлюлозно-бумажная и деревообрабатывающая	608	550	19		3725
Строительство	428	264	153	147	1609
Транспорт и связь	200	616	2173	2951	7152
Жилищно-коммунальное хозяйство	554		875	60	
Торговля и общественное питание	10266	4315	9887	4095	13823

Основной объем накопленных инвестиций сосредоточен в отраслях промышленности. Среди них абсолютным лидером является топливная промышленность, в которой сконцентрировано более 58% накопленного иностранного капитала (в 2002 году в эту отрасль поступило 93%, а в 2003-м — 61% всех иностранных инвестиций в калининградскую промышленность). На территории области топливная промышленность представлена в основном нефтедобывающими предприятиями, которые аккумулируют практически весь поток инвестиций в отрасль. Благоприятная рыночная конъюнктура, хорошие условия добычи и транспортировки, высокое качество калининградской нефти делают эту отрасль особо привлекательной для иностранных инвесторов.

Помимо нефтедобычи в 2003 году высокая активность иностранных инвесторов наблюдалась в отраслях машиностроения и металлообработки. Причем если основной поток инвестиционных ресурсов в 2003 году направлялся в предприятия металлообработки (23% инвестиций, поступивших в промышленность области из-за рубежа), то по величине накопленных иностранных инвестиций лидерство по-прежнему удерживает машиностроение. Более чем 2/3 иностранных инвестиций в эту отрасль осуществляются в форме капиталовложений (на приобретение машин, оборудования, инвентаря, инструмента).

В сумме две отрасли промышленности (нефтедобывающая и металлообрабатывающая) в последние годы являются безусловными приоритетами для иностранных инвесторов. На них приходится львиная доля иностранных инвестиций в промышленный сектор экономики области. Доля же всех других отраслей промышленности вместе взятых составляет немногим более 15%. По состоянию на начало 2004 года второе место среди отраслей промышленности по объему накопленных иностранных инвестиций продолжала удерживать целлюлозно-бумажная промышленность (23% от объема накопленных иностранных инвестиций в промыш-

ленность). Однако в 2002—2003 годах статистикой не было отмечено поступлений средств иностранных инвесторов в эту отрасль, хотя в прежние годы они обычно составляли до 1/5 всех иностранных инвестиций в промышленность. Данное обстоятельство можно было бы объяснить крайне переменчивой конъюнктурой мирового рынка целлюлозно-бумажной продукции.

Дальнейшее развитие региона предполагает концентрацию усилий на реализации внешних приоритетов развития и приоритетов экспортного саморазвития (то есть на привлечении внешних инвестиций и реализации функции региональной системы во внешней среде) с последующим перераспределением поступающих в региональную систему финансовых ресурсов для реализации остальных приоритетов саморазвития. Это позволит улучшить социально-экономические показатели региона.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бильчак В.С., Захаров В.Ф.* Региональная экономика. — Калининград, 1998.

2. *Об Особой* экономической зоне в Калининградской области и внесении изменений в некоторые законодательные акты РФ: Федеральный закон №16-ФЗ от 10.01.06 // СПС «Консультант Плюс».

3. *Гаврилов А.И.* Региональная экономика и управление: Учеб. пособие для вузов. — М., 2002.

4. *Федоров Г.М., Зверев Ю.М., Корнеевец В.С.* Российский экс-клав на Балтике. — Калининград, 1997.

5. *Инвестиционная* деятельность в Калининградской области. — Калининград, 2004.

6. *Калининградская* область, 2005: Краткий стат. сб. / Территориальный орган федеральной службы госстатистики по Калининградской области. — Калининград, 2005.

7. *Бильчак В.С., Шарошина Н.В.* Совершенствование государственной поддержки инвестиционной деятельности в регионе // Вестник РГУ им. И. Канта. — 2006. — Вып. 3. Сер. Экономические и юридические науки. — С. 63—71.

О.В. Моргалюк,
аспирантка, РГУ им. И. Канта

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА: ХАРАКТЕРИСТИКА БАЗОВЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ

Представлена характеристика основных составляющих инвестиционного потенциала; показателей, применяемых для оценки и анализа инвестиционной привлекательности регионов. Проанализированы ранги составляющих инвестиционного потенциала и инвестиционной привлекательности Калининградской области за период 2000—2005 годов.

This work presents characteristic of the main components of the investment potential; indicators used for evaluation and analysis of investment attractiveness of regions. The author analyzes the ranking of the investment potential components and investment attractiveness of the Kaliningrad region during the period of 2000—2005.

Оценка инвестиционной привлекательности регионов позволяет получить более реальную характеристику инвестиционного климата; инвесторам — конкретнее определить регионы, благоприятные для вложений, а руководству регионов — выявить слабые места, принять меры по улучшению инвестиционной привлекательности и стимулированию инвестиционной активности [1].

Одной их характеристик, применяемых для анализа инвестиционной привлекательности регионов, является инвестиционный потенциал (инвестиционная емкость территории). Потенциал региона в своей основе — характеристика количественная, учитывающая главные макроэкономические показатели, такие как наличие на территории факторов производства (природных ресурсов, рабочей силы, основных

фондов, инфраструктуры и т. п.), потребительский спрос населения и другие [3].

Составляющими совокупного социально-экономического потенциала территории являются социальный, хозяйственный, финансовый и экологический потенциалы [2].

Социальный потенциал определяется, с одной стороны, демографической ситуацией и качеством жизни населения и, с другой — состоянием социальной инфраструктуры. В соответствии с Программой ООН с 1995 года составляются доклады о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации на основе показателя индекса развития человеческого потенциала (ИРЧП). Согласно методике ООН ИРЧП является количественным показателем, измеряемым тремя величинами: 1) продолжительностью жизни; 2) уровнем образования; 3) уровнем жизни, определяемым величиной ВРП на душу населения. Демографическая ситуация определяется также половозрастным составом населения и миграцией [2].

Потенциал социальной инфраструктуры, как правило, определяется количественными показателями в расчете на число жителей (обеспеченность медицинским персоналом, учителями и т. п., наличие койко-мест в больницах, посадочных мест в школах и т. д.). При этом реальное состояние жилищно-коммунальной сферы, изношенность сетей, уровень обслуживания населения и другие показатели выпадают из поля зрения официальной статистики.

Основой хозяйственного потенциала являются, во-первых, природные ресурсы территории, во-вторых, действующие производственные мощности и, в-третьих, трудовые ресурсы. В природных ресурсах индустриальных территорий необходимо выделить прежде всего минерально-сырьевой потенциал, оцениваемый разведанными и экономически обоснованными геологическими запасами полезных ископаемых, и биологический потенциал, оцениваемый объемом биологической массы (например, запасами древесины всех категорий лесопользования). При экономической оценке природно-ресурсного потен-

циала исключительно важно, чтобы стоимостное выражение того или иного вида сырья соответствовало современному уровню мировых цен на него. Необходимо сформировать базу данных о природно-ресурсном потенциале территории с целью его рационального освоения. В условиях трансформации экономики особое внимание должно быть уделено трудоресурсному потенциалу, адаптация которого к рыночным отношениям находится пока в начальной стадии. К хозяйственному нами отнесен также научно-технический потенциал локальной территории [2].

Финансовый потенциал региона слагается из налоговых поступлений в бюджет и внебюджетные фонды; средств централизованного финансирования из федерального и регионального бюджетов; средств финансово-кредитных учреждений, денежных сбережений населения, а также (в отдельных случаях) иностранного капитала.

Каждое муниципальное образование имеет специфическую структуру финансового потенциала, обусловленную структурой и конкурентоспособностью хозяйственного комплекса, степенью сбалансированности (сопряженности) производств с их технологическим уровнем, наличием перспективных развивающихся производственных предприятий, состоянием сферы услуг и т. д.

Особое внимание должно быть уделено коммерческим банкам и страховым организациям с точки зрения решения задач обеспечения потребности в наличных денежных средствах; бесперебойного ведения безналичных расчетов и платежей; кредитного обеспечения социально-экономического развития территории; привлечения свободных средств юридических и физических лиц, а также эффективного их размещения; обеспечения страховой защиты интересов как отдельных граждан, так и предприятий и организаций различных форм собственности [2].

Под *экологическим потенциалом* подразумевается способность территории к сохранению и оздоровлению окружающей

среды на основе соблюдения известных принципов устойчивого развития системы «человек — природа — экономика».

Инвестиционный потенциал региона в соответствии с методикой журнала «Эксперт» складывается из семи частных потенциалов, каждый из которых, в свою очередь, характеризуется группой показателей [1]:

— ресурсно-сырьевого (средневзвешенная обеспеченность балансовыми запасами основных видов природных ресурсов);

— производственного (совокупный результат хозяйственной деятельности населения);

— потребительского (совокупная покупательная способность населения);

— инфраструктурного (экономико-географическое положение региона и его инфраструктурная обеспеченность);

— интеллектуального (образовательный уровень населения);

— институционального (степень развития ведущих институтов рыночной экономики);

— инновационного (уровень внедрения достижений научно-технического прогресса).

Ранг (место) каждого региона по каждому виду потенциала зависит от количественной оценки величины его потенциала как доли (в процентах) в суммарном потенциале всех 89 регионов России. Общий показатель потенциала рассчитывается как взвешенная сумма частных видов потенциала. Показатели суммируются — каждый со своим весовым коэффициентом. Оценка весов вклада каждой составляющей в совокупный потенциал определяется экспертным путем. Итоговый ранг региона рассчитывается по величине взвешенной суммы частных показателей. В результате каждый регион (помимо ранга) характеризуется количественной оценкой, показывающей, насколько велик его потенциал как объекта инвестиций [3].

Данные по динамике рейтинга составляющих инвестиционного потенциала Калининградской области за 2000—2005 годы и ранги составляющих инвестиционного потенциала представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1

Динамика рейтинга составляющих инвестиционного потенциала

Год	Ранг потенциала	Доля в общероссийском потенциале, %
2005	33	0,819
2004	37	0,740
2003	35	0,850
2002	32	0,840
2001	35	0,800
2000	42	0,760

Таблица 2

Составляющие рейтинга инвестиционного потенциала

Год	Ранг	Трудовой	Потребительский	Производственный	Финансовый	Институциональный	Инновационный	Инфраструктурный	Природно-ресурсный
2005	33	45	56	47	50	18	52	3	40
2004	37	52	58	53	52	29	54	3	40
2003	35	37	56	58	55	29	45	4	40
2002	32	44	57	60	55	17	44	3	41
2001	35	48	52	60	48	31	52	3	41
2000	42	55	53	58	54	31	49	3	41

За 1998—2003 годы многие регионы увеличили рейтинг своего совокупного потенциала, среди них оказалась и Калининградская область (наряду с Ленинградской областью и Республикой Коми). В соответствии с данными рейтингового агентства «Эксперт РА» Калининградской области в 2000 году

был определен рейтинг с пониженным инвестиционным потенциалом.

При оценке составляющих инвестиционного потенциала используется более 100 исходных количественных и качественных характеристик. Основными информационными источниками являются данные Федеральной службы госстатистики РФ, Министерства финансов, Министерства экономического развития и торговли РФ, Центробанка РФ, Министерства РФ по налогам и сборам, Министерства природных ресурсов, Министерства внутренних дел РФ и др.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Валинурова Л.С.* Управление инвестиционной деятельностью: Учебник / Л.С. Валинурова, О.Б. Казакова. — М., 2005.

2. *Козаков Е.М., Перминова Н.И., Толченкин Ю.А., Рущицкая О.А.* Стратегия использования интеграционного потенциала региона // Экономика региона. — 2005. — № 2. — С. 58—71.

3. www.raexpert.ru.

Е.А. Носачевская,
студентка 4-го курса экономического факультета
РГУ им. И. Канта
(научный руководитель —
канд. экон. наук, доц. Н.А. Ерофеева)

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Рассмотрена проблема конкурентоспособности отечественных товаров на внешнем рынке; основные факторы, влияющие на выпуск российскими производителями неконкурентоспособных изделий. Приведен пример и проанализирован эффект работы предприятия в области модернизации производственного процесса через конкретный инвестиционный проект.

This article reviews the problem of competitiveness of domestic product in the foreign market, major factors influencing the production of uncompetitive goods by the Russian manufacturers. The author also gives an example and analyzes the effect of an enterprise operation in the field of modernization of the production process through a specific investment project.

Несмотря на экономический рост и относительно стабильную ситуацию, в России существует множество сфер хозяйственной деятельности, где есть существенные проблемы. В рамках данной статьи рассмотрена проблема конкурентоспособности отечественных товаров на внешнем рынке.

Часто произведенные в России товары ненадежны, неконкурентоспособны, обладают рядом негативных характеристик. При этом на большинстве предприятий заняты высококвалифицированные кадры, внедряются современные системы качества. Многие эксперты утверждают, что все эти тенденции — последствия советского менталитета. Несмотря на то что уже 20 лет прошло с момента создания первых кооперативов, ситуация с качеством продукции изменяется медленно [1].

На выпуск российскими производителями неконкурентоспособных на мировом рынке изделий могут оказывать влияние следующие факторы:

— недостаточное распространение современных методов менеджмента качества, базирующихся на международных стандартах;

— невысокая производственная, деловая, договорная дисциплина;

— неэффективно организованный технический контроль;

— неудовлетворительное состояние оснащения заводов;

— сверхнормативный износ оборудования.

Вышеизложенные тезисы количественно подтверждены данными, систематизированными в таблице 1 [2].

Таблица 1

Доля устаревшего оборудования на российских предприятиях различных отраслей

Отрасль	Удельный вес количества устаревшего оборудования в общем объеме установленного оборудования, в %
Нефтеперерабатывающая	83
Мебельная	68
Строительство и транспорт	62
Сельскохозяйственная	56

Средний срок службы оборудования в российской промышленности 19—20 лет, при этом 42% станков эксплуатируется свыше 20 лет. Темпы обновления парка станков сейчас составляют 0,3—0,5% в год (ежегодно заменяется на новый каждый 300-й станок) при норме 12%. На единицу сопоставимого ВВП Россия тратит в 4 раза больше энергоресурсов, чем в США [2].

Все эти факторы сказываются на качестве изделий, производимых на таком оборудовании, издержки на его обслуживание и ремонт возрастают, что, соответственно, приводит к неконкурентоспособности отечественной продукции.

Очевидно, что большая доля физически изношенного оборудования в российской промышленности — результат объективных условий, сложившихся в экономике. Статистика констатирует рост производства во многих ключевых отраслях промышленности, но этот рост достигнут за счет сравнительно простой техники.

Недостаточное бюджетное финансирование привело к невыполнению многих важных задач технического переоснащения производства, поставленных в ФЦП «Национальная технологическая база на 2002—2006 годы». Без обновления технического оснащения нельзя рассчитывать на то, что вся продукция российских предприятий станет конкурентоспособной в рыночном мире.

Таким образом, можно выделить условную формулу успеха, которая заключается во взаимодействии трех основных элементов: государственных ассигнований, работы предприятий в направлении модернизации основных средств, специальных стимулов (налоговые льготы, преимущественные права на получение государственных заказов, поддержка социальных начинаний).

В рамках научно-исследовательской работы был проанализирован эффект от работы самого́ предприятия в области модернизации производственного процесса; разработан бизнес-план инвестиционного проекта расширения производства мебельного предприятия ООО «Абсолют» путем закупки нового оборудования; оценена по различным критериям финансовая состоятельность проекта, и сделан ряд выводов.

Итак, руководство предприятия приняло решение о необходимости расширения производства за счет ввода в эксплуатацию дополнительных единиц оборудования, что увеличивает производственную мощность и позволяет удовлетворить постоянно растущий спрос на производимую продукцию. В результате проведенного анализа собственных возможностей предприятия для реализации данного проекта сделан вывод о необходимости привлечения инвестиционных ресурсов.

Решение о расширении мебельного производства было принято в связи с привлекательностью отрасли (темп роста мебельного рынка Европы, где рассматриваемая организация реализует свыше 90 % своей продукции, составляет 15—20 % в год), а также наличием широкого сегмента потребителей с различным уровнем дохода. Срок реализации проекта по плану — 4 года, необходим заемный кредит — 2 млн руб. для закупки оборудования и иных затрат, по ставке 15 % годовых.

Реализация данного инвестиционного проекта расширения производства включает в себя следующие этапы:

— подготовка и согласование проектной документации в области производственных мощностей;

— закупка оборудования в Италии (так как у ООО «Абсолют» есть итальянские партнеры, обеспечивающие стабильный рынок сбыта производимой им продукции);

— монтаж оборудования;

— подбор персонала;

— организация деятельности с учетом расширенного производства.

В рамках работы осуществлен предпроектный анализ и разработан бизнес-план, ставший главным документом для кредиторов и основным инструментом для фирмы.

Бизнес-план расширения производства в данном случае состоит из следующих разделов.

1. Организационный план, в рамках реализации которого осуществляются подготовка и оформление необходимых документов, установление надежных контактов с основными финансовыми партнерами и поставщиком промышленного оборудования, приглашение зарубежных специалистов на период наладки и запуска производства. Был рассчитан фонд оплаты труда дополнительного производственного и руководящего персонала (табл. 2).

Таблица 2

Фонд оплаты труда дополнительного производственного и руководящего персонала на 2006 год для ООО «Абсолют»

Специальность	Численность, чел.	Ежемесячный оклад, руб.	Годовой фонд оплаты труда, руб.
Начальник цеха	1	9560	114720
Подсобный рабочий	1	6800	81600
Слесарь	1	5000	60000
Швея	1	6500	78000
Энергетик	1	5750	69000
Плотник	1	5680	68160
Сборщик	1	6965	83580
Сменный мастер	1	4450	53400
Всего	8	50705	608460

Таким образом, затраты предприятия на оплату дополнительных работников составят 608460 руб. в год.

2. В рамках разработки производственного плана проанализированы структура и стоимость дополнительных производственных фондов, необходимых для расширения производственной деятельности предприятия, начислена амортизация, изучена их производительность и мощность, рассчитаны необходимость в сырье и материалах, а также полная себестоимость дополнительной продукции путем суммирования всех видов затрат (табл. 3).

Таблица 3

Затраты на производство дополнительной продукции

Наименование затрат	Сумма, руб.
Сырье и материалы	466360
Расходы на оплату труда, всего	608460
В том числе: заработная плата производственного персонала, заработная плата руководителей	 493740 114720
Амортизационные отчисления	61308
Прочие расходы	220000
В том числе постоянные	70200
Всего затрат (полная себестоимость)	1356128

3. Финансовый план рассматривает вопросы финансового обеспечения деятельности организации, оценку эффективности проекта. Были определены показатели чистой текущей стоимости проекта (132993,6 руб., то есть проект имеет положительную ЧТС), срока окупаемости инвестиционных вложений (за 2,14 года доходы от чистой прибыли превысят вложенный капитал), рентабельности инвестиций (на 1 руб. вложенных инвестиций приходится 0,47 руб. дохода). В результате сделан вывод об эффективности проекта и целесообразности его реализации как для инвестора, так и для фирмы.

4. В плане маркетинга представлен анализ рыночной среды, позволяющий оценить способность данной фирмы завоевать устойчивое положение на рынке Европы.

Основные данные по проекту расширения производства мебели ООО «Абсолют» представлены в таблице 4.

Таблица 4

Планируемые экономические показатели по проекту расширения мебельного производства (за 4 года)

Показатель	Сумма, руб.
Инвестируемый капитал	2000000
Выручка от реализации	10348320
Полная себестоимость выпущенной продукции	5424512
Прибыль от реализации	4923808
Налог на прибыль	1181713,9
Чистая прибыль	3742094,1
Проценты по кредиту	1200000
Прибыль после уплаты процентов по кредиту и налога на прибыль	2542094,1

Таким образом, в данном случае был использован лишь один элемент условной формулы успеха — работа самого предприятия в направлении модернизации производства, что способствует достижению положительного эффекта для организации (получение прибыли), для государства (налоговые поступления), в социальной сфере (дополнительные рабочие места), в научной (на микроуровне — совершенствование технологий, что способствует развитию НТП). При дальнейшей сбалансированной работе всех элементов можно будет преодолеть причины, негативно влияющие на выпуск российскими производителями неконкурентоспособной на мировом рынке продукции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Воронин Г.* Станки, инструмент и качество// Стандарты и качество. — 2005. — № 1. — С. 2—5.

2. *Таран В.А., Богатырев А.В.* Ресурсосбережение как стратегический объект системы государственного и внутрифирменного управления// Машиностроитель. — 2004. — № 2. — С. 7.

С.Е. Голуб,
студент 3-го курса экономического факультета
РГУ им. И. Канта
(научный руководитель —
канд. экон. наук, доц. Л.Б. Самойлова)

ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Рассмотрены исторические аспекты и этапы развития предпринимательства в России, основные характеристики каждого из этапов и их влияние на экономику страны.

The article reviews historical aspects and stages of the development of entrepreneurship in Russia, main characteristics of each stage, and their influence on the country's economy.

Становление рыночных отношений в России проходило в весьма специфических, во многом отличных от других стран условиях, что связано в первую очередь с особой ролью государства — капитализм развивался снизу и насаждался сверху.

Если в странах Запада основная роль в социально-экономическом развитии принадлежала частным предпринимателям, которые нередко в напряженной борьбе с властями добивались необходимых условий, по своей инициативе создавали элементы рыночного хозяйства, то в России многое делалось по указанию или с разрешения властей, причем часто новации осуществлялись административными методами, когда для них еще не было достаточных естественных предпосылок (напри-

мер, открытие бирж). Последствия активной роли государства в экономической жизни России трудно оценить однозначно. С одной стороны, меры и гарантии правительства позитивно влияли на экономику. Например, денежная реформа С.Ю. Витте не только привела к оздоровлению экономики, но и оказала сильное стимулирующее воздействие на приток в страну иностранного капитала. С другой стороны, жесткий контроль, вмешательство в дела предпринимательства, политика протекционизма служили тормозом.

Формирование капиталистического уклада, развитие рыночных отношений началось до реформ Александра II, однако они способствовали резкому ускорению процессов. Усилилось расслоение крестьянства, формирование пролетариата и буржуазии. Более высокая, чем в странах развитого капитализма, норма прибыли сделала возможным исключительно динамичное развитие промышленности, железнодорожного строительства.

С 1860 по 1890 год добыча угля возросла в 20 раз, производство чугуна — почти втрое, стали — вчетверо. Возник ряд новых отраслей промышленности, таких как нефтедобыча и переработка, химическая, приборостроение и др. В эти годы появились крупные механические заводы Путилова и Нобеля в Петербурге, Листа и Бромлея в Москве и др.

Такие масштабы деятельности требовали огромных капиталов, которых в стране не хватало, что обусловило процессы акционирования, развитие капиталистического кредита, привлечение иностранного капитала.

Поскольку рабочая сила была исключительно дешева, а рабочие политически бесправны, в страну потянулись иностранные предприниматели и капиталы. В 1890 году иностранцам принадлежало уже более 25% всех акционерных капиталов, и это имело большое значение. Правда, деятельность их в России носила противоречивый характер: с одной стороны, вкладывая капиталы, внедряя передовую технику, технологию и организацию производства, западные предприниматели ускоряли процессы индустриализации, становления новых отраслей промышленности; с другой — нередко не-

щадно наживались на хищнической эксплуатации природных богатств и рабочей силы, при острой нехватке капиталов вывозили значительную часть прибыли за границу.

Ведущие позиции иностранный капитал занимал в тяжелой промышленности. Так, в 1900 году западные инвестиции составляли 70% всего капитала, вложенного в горную промышленность, 72% — в машиностроение и металлообработку, 31% — в химическую промышленность. Из 18 металлургических заводов юга России только 4 были основаны русским капиталом. На примерах деятельности Нобелей, Джона Юза и Сименсов в России можно лучше понять характер их деятельности и роль в создании отечественной промышленности. Следует, однако, отметить, что в начале XX века зависимость национальной экономики от иностранного капитала стала постепенно снижаться, ведущие роли принадлежали уже отечественной буржуазии.

Особый этап русского предпринимательства приходится на конец XIX — начало XX века. Происходит обновление предпринимательства. Лидерство в деловом мире начинает постепенно переходить от фабрикантов традиционных отраслей (текстильной, переработки сельхозпродуктов и т.п.) к фабрикантам передовых технологий — машиностроения и металлообработки. Происходит гигантское усиление роли банков и страховых учреждений. Начинает преобладать акционерная форма предпринимательства.

Символом предпринимательства новой эпохи становится деятельность семьи Рябушинских. Рябушинские, выходцы из крестьян, в середине XIX века организуют несколько небольших текстильных фабрик. Во второй половине века они расширяют свою деятельность, строят хлопчатобумажные предприятия, занимаются кредитными операциями, проникают в льняную, стекольную, бумажную и полиграфическую промышленность. Строят один из первых в России автомобильных заводов, аэродинамический институт под Москвой. В 1902 году Рябушинские создают Банкирский дом братьев Рябушинских, реорганизованный позднее в Московский банк.

В конце XIX — начале XX века осуществляется коренное техническое перевооружение промышленности. Доля производственного накопления составляла 15—20 % национального дохода.

Ускоренными темпами шла механизация производства. Общий объем зарубежных вложений в промышленность составлял не более 9—14 % всех промышленных капиталов. Темпы роста производства средств производства на частных русских предприятиях были в два раза выше темпов роста легкой и пищевой промышленности. По темпам роста промышленной продукции и производительности труда Россия вышла на первое место в мире.

С момента отмены крепостного права по 1913 год объем промышленного производства вырос в 10—12 раз. Торговля и общественное питание были одними из самых развитых в мире.

Таковы были плоды русского предпринимательства, обещавшие в будущем еще больший урожай, но революция 1917 года уничтожила эти надежды. Октябрь 1917 года перевернул Россию. Пришедшие к власти большевики не имели конкретной экономической программы, но их экономическая политика основывалась на отрицании частной собственности. С первых же дней существования советской власти начался процесс национализации.

С началом Гражданской войны обстановка в стране до предела обострилась. По декрету от 29 ноября 1920 года была национализирована мелкая и средняя промышленность; вводилась государственная монополия внутренней торговли. В результате была ликвидирована частная собственность, из обращения изъяты денежные знаки и свернуты товарно-денежные отношения. В экономической системе военного коммунизма не осталось места для предпринимателей.

С окончанием Гражданской войны стала наглядной неэффективность принятой экономической модели. Восстановить разрушенное войной хозяйство без применения материальной заинтересованности, основываясь только на применении чрез-

вычайных мер, было невозможно. В марте 1921 года в России была введена новая экономическая политика (НЭП), благодаря которой большевики хотели восстановить экономику государства и совершить переход к социализму.

На основе НЭПа к 1925 году удалось восстановить народное хозяйство страны, но в недрах ее складывалась командная система управления экономикой, больше соответствующая представлениям коммунистов о строящимся обществе. В эту систему не укладывались предприниматели, которых называли в городе презрительно нэпманами, а в деревне — кулаками.

В июне 1926 года был введен сверхналог на нэпманов. Заниматься предпринимательской деятельностью стало не только невыгодно, но и опасно. Сначала частник ушел из производства, а затем из торговли. В результате массового создания колхозов кулачество было постепенно ликвидировано. Предпринимательство в сложившейся в Советском Союзе административно-командной системе оказалось ненужным; государство признало предпринимательскую деятельность уголовно наказуемым занятием.

В развитие современного общества экономическая реформа 1965 года была первой попыткой «открытия заслона» коммерции и предпринимательской деятельности. Она предусматривала ряд мер, в определенной степени подрывавших устранявших запреты для предпринимательской деятельности, установленные еще в период первых пятилеток. Среди таких мер — переход от распределения ресурсов к оптовой торговле ими, расширение практики договорных связей между предприятиями, образование на них фондов экономического стимулирования, введение для предприятий платы за фонды, включая неиспользуемое или неустановленное оборудование, уменьшение числа директив, идущих на предприятия из центра. Эти и другие меры, направленные на некоторую либерализацию условий хозяйствования, способствовали определенной активизации предпринимательства в официальной экономике. Однако ее ограниченность и отсутствие предпосылок

развития экономики на рыночных принципах хозяйствования привели к началу 1970-х годов, фактически к свертыванию наметившейся либерализации. Но в экономической жизни был дан толчок коммерции и предпринимательской деятельности, остановить которую было трудно, и она нашла свое продолжение в виде теневой экономики. Такое состояние экономической жизни страны продолжалось до начала 1990-х годов.

После долгих лет застоя, характеризующегося прежде всего экстенсивной экономикой, в 1985 году в Советском Союзе началась перестройка, в экономической программе которой был заложен переход к рыночным условиям хозяйствования. В 1986 году 55 министерств и ведомств, более 100 предприятий, объединений и организаций получили право самостоятельной торговли на внешнем рынке. Ряд постановлений в 1986 года предусматривал создание совместных предприятий.

В 1987 году вышел Закон об индивидуальной трудовой деятельности, положивший начало формированию нового российского предпринимателя. В возрождении предпринимательства можно выделить два этапа. Первый — этап деятельности людей, которые, рискуя, взялись за новое дело, несмотря на осуждение окружающих. Они открывали видеосалоны, создавали частные страховые компании, издавали свои газеты. Перестройка задумывалась для обновления социализма, и рыночные отношения могли быть использованы лишь как мера выхода из кризиса и создания более цивилизованной экономической модели.

Второй этап возрождения предпринимательства начинается с 1992 года Новое правительство России провозгласило решительный переход к рынку. Началось создание иного государства, в котором достойное место должно принадлежать предпринимателям. Второй этап в развитии малого бизнеса в России связан с начавшейся в 1992 году приватизацией мелких государственных предприятий, на базе которых были организованы акционерные общества и товарищества с ограниченной ответственностью.

Сейчас от предпринимателей во многом зависит возрождение России, но для этого они должны продолжать традиции

русского купечества и заботиться не только о собственном обогащении, но и об экономическом и духовном процветании своего отечества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Основные* законы РФ: Краткий сборник нормативных актов. — Калининград, 2003.

2. *Виленский А.Н.* Этапы развития малого бизнеса. Вопросы экономики. — М., 1999.

3. *Исаев И.А.* История государства и права России: Полный курс лекций. — М., 2001.

4. *История* России. XX век /А.Н. Боханов, М.М. Горинов, В.П. и др. — М., 2000.

5. *Краева Н.М., Минеев В.Н.* Социально-экономические особенности российского предпринимательства // Общество и экономика. — 1997. — №9—10.

6. *Ровенский Ю.А.* Эволюция малого предпринимательства в России // Социально-политический журнал. — 1998. — №2.

7. *Самойлова Л.Б.* Экономика и планирование производственной фирмы: Учебное пособие. — Калининград, 1996.

В.С. Бильчак,
д-р экон. наук, профессор

О РЕЗУЛЬТАТАХ РАБОТЫ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА

В Российском государственном университете имени Иммануила Канта успешно функционирует диссертационный совет на соискание ученых степеней кандидата и доктора экономических наук (Д 212.084.01.). За последние 2 года в совете прошло более 30 защит диссертаций. Очень интересным представляется спектр научных исследований молодых ученых.

В 2005—2006 годах 12 аспирантов и соискателей успешно защитили диссертации на степень кандидатов экономических наук по следующим темам.

Е.В. Беклемешева — «Технология процесса разработки и принятия управленческих решений в предпринимательских структурах (на примере подъемно-транспортного машиностроения Калининградской области)».

И.В. Беляков — «Совершенствование организационно-экономических аспектов управления в рыбодобывающей отрасли (на примере Калининградской области)».

К.Ю. Волошенко — «Методические особенности применения индикативного планирования в региональном развитии (на примере Калининградской области)».

В.Б. Горбунова — «Методические подходы к оценке экономического потенциала ликероводочной промышленности (на примере Калининградской области)».

В.А. Задорожный — «Инструменты и механизмы сглаживания внутрирегиональной социально-экономической пространственной поляризации (на примере Калининградской области)».

С.В. Иванов — «Формирование конкурентоспособности системы управления компанией (на примере кэптивной страховой компании)».

С.М. Иванюк — «Мониторинг деятельности предприятий в управлении региональной экономикой (на примере Калининградской области)».

В.В. Кафидов — «Методические аспекты управления инновационными процессами на промышленном предприятии».

Е.И. Найденов — «Инвестиционные аспекты совершенствования управления морским портовым комплексом в регионе (на примере Калининградской области)».

Л.В. Смирнова — «Технологии ресурсной типологизации в управлении экономикой регионов (на примере Калининградской области)».

П.Н. Ульянкин — «Организационно-экономические аспекты реформирования системы управления жилищно-коммунальным хозяйством муниципальных образований (на примере Калининградской области)».

Л.А. Фитисова — «Развитие дорожной инфраструктуры Калининградской области в региональной транспортной сети».

В.А. Черкасова — «Управление предпринимательскими рисками на основе метода сценарного планирования».

Н.В. Шарошина — «Методические аспекты совершенствования регулирования государственной поддержки инвестиционной деятельности в регионе (на примере Калининградской области)».

Кроме того, в мае 2006 года состоялась защита докторской диссертации О.В. Буч на тему «Процессный подход в системе управления инновационной деятельностью предприятия».

В диссертационный совет продолжают поступать заявления от соискателей, которые представят свои диссертации к защите в 2006 году. Более подробно познакомиться с содержанием диссертационных исследований можно в библиотеке Российского государственного университета имени Иммануила Канта по адресу: Калининград, ул. Университетская, 2.

Научное издание

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Сборник научных трудов
Под редакцией Василия Степановича Бильчака

Редактор Л.Г. Ванцева. Корректор Е.В. Владимирова
Оригинал-макет подготовлен Ю.Ю. Филипповым

Подписано в печать 09.10.2006 г.
Бумага для множительных аппаратов. Формат 60×90 $^{1}/_{16}$.
Гарнитура «Таймс». Ризограф. Усл. печ. 12,7 л. Уч.-изд. 7,8 л.
Тираж 500 экз. Заказ .

Издательство Российского государственного университета им. Иммануила Канта
236041, г. Калининград, ул. А. Невского, 14