

**Владимирский государственный университет**

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ  
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-  
ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОДСИСТЕМ**

*Материалы международной  
научной конференции*

*25 – 26 февраля 2003 года  
г. Владимир*

**В двух томах**

**Посвящается 45-летию  
Владимирского государственного  
университета**



Министерство образования Российской Федерации  
Владимирский государственный университет  
Экономический факультет

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ  
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
ПОДСИСТЕМ**

**Том II**

*Секции 2 – 3*

Владимир 2003



ББК 65.9(2)8

Редакционная коллегия:

*В.Ф. Архипова*, д-р экон. наук, профессор (отв. редактор)  
*Ю.Н. Лапыгин*, д-р экон. наук, профессор  
*Е.П. Ломов*, канд. экон. наук, доцент (зам. отв. редактора)  
*В.Н. Краев*, канд. экон. наук, доцент  
*А.А. Марченко*, канд. экон. наук, доцент  
*А.П. Трутнев*, канд. экон. наук, доцент  
*П.Н. Захаров*, канд. экон. наук (секретарь)

Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Владимирского государственного университета

Во втором томе представлены материалы, подготовленные учеными вузов, работниками административных органов, специалистами предприятий и организаций, аспирантами, соискателями ученых степеней и студентами, занимающимися проблемами социально-экономической эффективности малого бизнеса, предпринимательства и маркетинговых исследований, а также конкретными проблемами региональной экономики.

Их предложения направлены на оценку характера и совершенствование инвестиционных процессов и на оценку результативности проводимых на региональном уровне соответствующих исследований.

Материалы первого тома посвящены макроэкономическим и региональным проблемам экономической эффективности общественного производства и преподавания экономических дисциплин.

Могут быть полезны в повседневной практической работе экономистам, социологам, психологам, философам, аспирантам, студентам и другим заинтересованным лицам, а также при подготовке материалов для рассмотрения в органах законодательной и исполнительной власти

ББК 65.9(2)8

ISBN 5-89368-382-X

© Владимирский государственный  
университет, 2003

## ОТ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

*В текущем году Владимирский государственный университет (технический университет, политехнический институт) отмечает свое 45-летие.*

*Шагнув вместе со страной в XXI век, университет достойно представляет современную российскую экономическую науку в ее новом рыночном качестве. Перемены в университете видны везде и в, первую очередь, на экономическом факультете, прошедшем свою 6-ю ежегодную научную конференцию.*

*Необходимость коренного пересмотра концептуальных оснований, методологий и методик преобразования хозяйственной практики и экономической науки в целом была доказана на прошлых научно-практических конференциях. Настоящая конференция посвящена отработке тактических и стратегических задач по оценке места и роли региона в постоянно меняющемся экономическом пространстве. Каждый субъект федерации, являясь относительно самостоятельным и самодостаточным территориальным образованием, – основа общего благосостояния страны, и материалы конференции подтверждают это.*

*Рабочий язык конференции – русский. Статьи даются в авторской редакции. Работа конференции проводилась на одном пленарном и трех секционных заседаниях. Материалы конференции, издаваемые в двух томах, вновь и вновь подтверждают, что успехи реформирования национальной экономики и дальнейшее развитие экономической науки всецело зависят от эффективности развития отдельных территорий и нацеленности научного потенциала высшей школы на их решение.*

*Во II томе представлены материалы работы конференции по секциям «Социально-экономическая эффективность малого бизнеса, предпринимательства и маркетинговых исследований» и «Проблемы региональной экономики».*

*Редакционная коллегия надеется, что читатели, помимо ознакомления с представленными результатами конкретных социально-экономических исследований, заинтересуются практическими рекомендациями по совершенствованию территориального и отраслевого управления, развитию экономической науки в целом и экономического образования в частности.*

*Ответственный редактор  
д-р экон. наук, профессор,  
зав. кафедрой экономики и управления  
на предприятиях ВлГУ*

*В.Ф. Архипова*

*Зам ответственного редактора  
к.э.н., доцент кафедры менеджмента ВлГУ*

*Е.П. Ломов*

## СОДЕРЖАНИЕ

Том I

### Пленарные доклады

<i>Архипова В.Ф., Голумидова А.В.</i> Методология прогнозирования развития дорожного строительства на региональном уровне	13
<i>Блинов А.О.</i> Методологические аспекты стратегического анализа поведения предприятий на региональных рынках	20
<i>Корецкая Л.К.</i> Проблемы теневой экономики	26
<i>Кретинин В.А.</i> Основные компоненты и индикаторы экономической устойчивости хозяйственной системы региона	28
<i>Лапыгин Ю.Н.</i> Проблемы стратегического развития муниципальных образований региона	37
<i>Трутнев А.П.</i> Классическое образование (к 45-летию Владимирского государственного университета)	42

### Секция 1. Исследования экономической эффективности общественного производства и преподавание экономических дисциплин

<i>Алтухов П.П.</i> Актуальные проблемы формирования бюджетных поступлений	47
<i>Баруздина О.В.</i> О необходимости управления налоговой базой	48
<i>Белянцев В.А.</i> Экономические проблемы проведения занятий по зимним видам физической культуры	49
<i>Бирюков Е.С.</i> О некоторых проблемах экономического развития России в переходный период	51
<i>Бирюков Е.С.</i> Предпринимательские риски в рыночной экономике и их хеджирование	53
<i>Благоднаров И.В., Коровин Л.В.</i> Особенности тура как экономической категории.	55
<i>Бородин В.А.</i> Анализ факторов, влияющих на оборачиваемость оборотных средств	57
<i>Бубнов С.А.</i> Повышение эффективности системы управления предприятием на основе бизнес-процессов	58
<i>Буруханова Т.Д.</i> Моделирование кредитного портфеля коммерческого банка	60
<i>Волков А.И.</i> Эффективность как мера оценки деятельности социально-экономических систем	62
<i>Володин А.В.</i> Разделение функций собственника и менеджера в современных условиях	62
<i>Галкин А.П.</i> Техничко-экономическая оценка адекватности моделирования защиты информации от несанкционированного доступа	64
<i>Гойхер О.Л.</i> Проблема инвестиционных ресурсов	66
<i>Гойхер О.Л., Лачинина Т.В., Виссарионова Н.В.</i> Процедуры стратегического планирования в организациях	68
<i>Голунова Е.А.</i> Рейнжиниринг бизнес-процессов и информационные технологии	69
<i>Гурценок Ю.И.</i> К проблеме повышения эффективности деятельности рыбохозяйственного комплекса территорий России, прилегающих к морскому побережью	71
<i>Десяткина М.А.</i> Легкая промышленность: тенденции и пути становления	73
<i>Денисенко В.И.</i> Интеллектуальный капитал и его оценка	74
<i>Дигилина О. Б.</i> Об интеллектуальном потенциале России	80
<i>Дуб П.И.</i> Система качества банковской организации	81

<i>Ермаков Н.С.</i> Применение общей теории управления к управлению качеством	83
<i>Жаров А. А.</i> Инновационная активность предприятия в условиях рыночной экономики	86
<i>Жуковская И.Ф.</i> Социальная уязвимость экономически активного населения	88
<i>Захарова Е.А., К. Кедзи.</i> Новые информационные технологии при решении проблемы повышения квалификации госслужащих социальной сферы	89
<i>Захарова Ж.А.</i> Проблемы тарифного регулирования предприятий жилищно-коммунального хозяйства	91
<i>Зыков А.А.</i> Проблемы выбора критерия обоснования решений в инвестиционном процессе	92
<i>Катков В. М.</i> Активные методы обучения специалистов	94
<i>Келлинг А., Моргунова Н.В.</i> Сравнение MBA-программ	96
<i>Кокшарова Т.П.</i> Тенденции развития высшего и среднего специального образования Владимирской области	99
<i>Коровин Л.В., Горылева Л. Н.</i> К вопросу измерения спроса на туризм	100
<i>Коровин Л.В., Рогожкина Ю.А.</i> Дестинация как сосредоточение средств для обеспечения туризма	101
<i>Костылева С.С., Ломов Е.П.</i> Проблемы действующего трудового законодательства	103
<i>Краев В.Н.</i> Совершенствование рейтинговой оценки деятельности преподавателей	104
<i>Кузьминова Н.В.</i> Формирование требований к классификации рисков	106
<i>Кумар Раджив, Лапыгин Ю.Н.</i> Системное содержание стратегии организации	107
<i>Кучеров С.М.</i> О необходимости совершенствования методики оценки кредитоспособности предприятий	108
<i>Кучерова Э. А.</i> Пути совершенствования безналичных и налично-денежных платежей	110
<i>Лапыгин Д.Ю.</i> Проблема как объект стратегического решения	112
<i>Лапыгин Д.Ю., Лапыгина Т.В.</i> Анализ в системе стратегических решений	113
<i>Лачинина Т.А.</i> Составляющие успешного формирования миссии организации	115
<i>Леонтьева А.В.</i> О необходимости значительного снижения налоговой нагрузки на предприятия	117
<i>Леонтьева А.В.</i> О путях укрепления территориальных бюджетов	118
<i>Леонтьева А.В., Ковальчук И.В..</i> Факторы, определяющие инвестиционную привлекательность акционерных обществ региона	120
<i>Лобашов А.В.</i> Риски при выдаче ипотечных кредитов	122
<i>Ломов Е.Е.</i> Исследование вопроса доказательной базы низкой эффективности государственной собственности	123
<i>Ломов Е.П.</i> Особенности разработки тестовых материалов по экономическим дисциплинам	125
<i>Макарова Н.Е., Моргунова Р.В.</i> Оценка персонала как фактор его развития	127
<i>Мамедов Р.М.</i> Валютное регулирование и валютный контроль внешнеэкономической деятельности	129
<i>Миронов В.Н.</i> Управление риском в деятельности предприятия	132
<i>Моргунова Н.В., Филимонова Н.М.</i> Влияние региональных особенностей на процесс формирования издержек на предприятиях	134
<i>Моргунова Р.В.</i> Система показателей счетных карт и стратегия предприятия	135
<i>Моргунова Р.В., Моргунова Н.В.</i> Сбалансированные счетные карты и их место в управлении предприятием	137
<i>Моргунова Р.В., Макарова Н.Е.</i> Стратегия и методики оценки: как много может	139



быть показателей оценки в <i>bs(balanced scorecard)</i> ?	
<i>Мякишев Ю.Д.</i> К вопросу повышения эффективности управления предприятием	141
<i>Новикова З.Т.</i> Земельно-оценочные работы - основа экономического регулирования земельных отношений	142
<i>Новикова З.Т.</i> Развитие кооперации и интеграции в АПК	143
<i>Новикова И.В.</i> Применение принципа акселерации в производстве	144
<i>Марченко А.А., Павлухина Е.П.</i> Инновационная политика как инструмент реализации стратегического развития предприятия	146
<i>Паньшин И.В.</i> Управление потенциалом промышленного предприятия в современных условиях	148
<i>Паньшин И.В., Яресь О.Б.</i> Механизм адаптации современного промышленного предприятия к внешней среде	149
<i>Петров С.В.</i> Особенности формирования управленческих команд	152
<i>Петрова Ю. И.</i> Необходимость формирования образовательными учреждениями инновационной политики	153
<i>Пичужкин И.В.</i> Объективная необходимость реструктуризации производства в современных условиях	155
<i>Потапова Е.В.</i> Калькулирование транспортных затрат в условиях рыночной экономики	157
<i>Потапова Е.В.</i> Роль транспортных затрат в сметной стоимости строительной продукции	159
<i>Пугина Л.И.</i> Инновационная деятельность в современных условиях	161
<i>Разов А.В.</i> Предпринимательство и безопасность его деятельности	162
<i>Родионова Е.В.</i> Структура личностного потенциала современного работника	164
<i>Скуба Р.В.</i> Классификация объектов интеллектуальной собственности при формировании и управлении портфелем исключительных прав на промышленных предприятиях	166
<i>Сухачева И.П.</i> Социально-экономические проблемы образования	168
<i>Тесленко И.Б.</i> Спецификация прав собственности как главная цель современного этапа реформы и условие формирования гражданского общества	169
<i>Трутнев А.П.</i> Институциональный механизм современной экономики	172
<i>Усачев С.С.</i> Мотивация труда как фактор повышения качества продукции	174
<i>Фадеева Л.М.</i> Анализ финансовой устойчивости предприятия	176
<i>Фадеева Л.М.</i> Анализ ликвидности активов	177
<i>Федина В.В.</i> Корпорация и общество: взаимная социальная ответственность	179
<i>Федосова Р.Н., Трофимова О.Б.</i> Основные требования к системе государственных минимальных социальных стандартов	181
<i>Филимонова Н.М.</i> Инновационность предпринимательства как решающий фактор развития региона	182
<i>Чайковский Д.В., Панягина А.Е.</i> О взаимосвязи коммуникации и информации	183
<i>Ченцова Е.В.</i> Из истории развития государственной семейной политики	185
<i>Чистов А.К.</i> О роли человека и частной собственности в товарно-денежных отношениях	188
<i>Шамшин С.А.</i> Направление и этапы оптимизации налоговых платежей хозяйствующего субъекта	190
<i>Шеховцова М.М.</i> Исследование корпоративной культуры фирмы	192
<i>Яресь О.Б.</i> Адаптационные проблемы промышленности на региональном уровне	193
<i>Яресь О.Б., Паньшин И.В.</i> Методические подходы к оценке совокупного	196

экономического потенциала промышленного предприятия	
<i>Яровикова А.В.</i> Система кодирования статей управленческой отчетности	198
<i>Ястребов В.А.</i> К вопросу об основах формирования механизма управлений природопользованием	200

**Том II**

**Секция 2. Социально-экономическая эффективность малого бизнеса, предпринимательства и маркетинговых исследований**

<i>Брыкин А.В.</i> Динамика требований, предъявляемых к корпоративной информационной системе на различных этапах ее жизненного цикла.	
<i>Бякова Е.В.</i> Методические основы управления маркетинговым потенциалом предприятия	
<i>Ганьшин В.И., Каткова Е.А.</i> Создание маркетинговой информационной системы. для обработки внешних заказов	
<i>Ганьшин В.И., Курненьков С.А.</i> анализ возможностей сбыта продукции ОАО «Муромтепловоз»	
<i>Гречин Д.В.</i> Методы и формы экономической поддержки малого предпринимательства на региональном уровне	
<i>Дерен И. И.</i> Роль научных исследований в разработке маркетинговой стратегии развития региональной туристической индустрии	
<i>Долгополова Н.В.</i> Формирование российского рынка услуг в сфере высоких технологий	
<i>Кулагина Л.А.</i> Проблемы развития малого бизнеса как элемента территориальной социально-экономической системы	
<i>Ломов Е.П.</i> Эффект предпринимательства или почему экономическая деятельность и совесть несовместные понятия	
<i>Марченко А.А., Сокольников С.В.</i> Развитие института оценщиков во владимирской области – залог роста инвестиций в экономику региона	
<i>Марченко А.А., Худякова Н.Н.</i> маркетинговые исследования рынка стеклотарной промышленности	
<i>Мошинов В. А.</i> Оптимизация доли рынка как фактор обеспечения конкурентоспособности промышленного предприятия	
<i>Никишина М.Б.</i> Преодоление территориальных различий управления персоналом в сфере аудита	
<i>Николенко А.В.</i> Методы и модели принятия решений в маркетинге	
<i>Новоселова И.А.</i> Состояние малого бизнеса и необходимость государственной поддержки его развития	
<i>Ползунова Н.Н.</i> Управление конкурентоспособностью на основе создания информационно-аналитических служб	
<i>Ратникова Ал.Е.</i> Уменьшение дебиторской задолженности промышленных предприятий - важнейший фактор роста региональной экономики.	
<i>Ратникова Ан.Е., Ратникова Ал.Е.</i> Проблемы реализации права потребителей на информацию в субъектах Российской Федерации	
<i>Рузевич С.М.</i> Методика автоматизированного расчета производственных мощностей при оперативном управлении производством	
<i>Румянцева Р.Н., Костромина С.С.</i> Разработка маркетинговой стратегии предприятия (на примере ОАО «ВЭМЗ»)	
<i>Румянцева Р.Н., Таранова Ю.Н.</i> Личная продажа, как форма прямого маркетинга на примере сбытовой деятельности предприятия ОАО «Меленковский	

льняной комбинат»

*Румянцева Р.Н., Шабарина Е.А.* Анализ рынка порошковых гранулированных непластифицированных ПВХ композиций для строительных профилей

*Симоненко Т.П.* Маркетинг в инвестиционной сфере

*Снегирева Т.К.* Малый бизнес и реформа его налогообложения

*Сыров В.Д.* Место мерчендайзера в подготовке маркетологов

*Сыров В.Д.* Сетевое планирование и управление проведением маркетинговых исследований

*Фильберт Л.В.* Маркетинговые стратегии в литейном производстве

*Фраймович Д.Ю.* Маркетинговая стратегия предприятия как эффективно работающий актив

### **Секция 3. Проблемы региональной экономики**

*Абрамов В.С.* Трансформации экономико-географического процесса во Владимирском регионе (прошлое и будущее)

*Андреев А.А., Круглов А.А.* Актуальные проблемы развития жилищно-коммунального комплекса

*Андреева Н.В., Буйлов А.В.* Обоснование возможности выхода предприятий Владимирской области по производству нерудных материалах на внешний рынок

*Андреанов А.Ю., Лотар Линцен.* Институты, обеспечивающее развитие территориальных социально – экономических подсистем

*Благоднаров И.В., Коровин Л.В.* Особенности тура как экономической категории

*Бобкова Е.В.* Топливо-энергетический комплекс Владимирской области и проблемы его развития

*Боровкова А.В.* Актуальные направления газификации Владимирской области

*Буцанец Н.Б.* Определение эффективности работы местных центров занятости

*Варламов С.А., Лобашов А.В.* Молодежное жилищное кредитование на региональном уровне

*Голумидова А.В.* Проблемы формирования инвестиционных ресурсов регионального дорожно-строительного комплекса

*Голумидова А.В.* Оптимизация использования ограниченных ресурсов регионального дорожно-строительного комплекса

*Дерябин С.Ю.* О проблемах инвестирования строительства жилья во Владимирской области

*Дерябин С.Ю.* Управление жилищным строительством в регионе

*Дмитриев Ю.А.* Особенности развития региональной экономики на современном этапе

*Евстифеев Р.В.* Элитнообразование во Владимирской области (1989-2002 гг.)

*Зинин В.А.* Актуальные проблемы инвестирования в газовый комплекс региона

*Исаев Е. Б.* Региональные проблемы финансирования инвестиций

*Камеристова Л.В., Милкин А.Н.* Экономические проблемы формирования гражданского общества

*Киселев В.В.* Крупные российские корпорации в контексте территориальной социально-экономической системы

*Кретьинин А.В.* Совершенствование промышленной политики на региональном уровне

*Кузнецов Д.Ю.* Территориальные деформации в структуре капитальных вложений в трансформируемой экономике России

*Куранова Е.Н., Андреева Н.В.* Валовый региональный продукт как важнейший индикатор роста экономики региона

*Лантев О.В.* Моделирование региональных социально - экономических систем.

*Лантева Е.Е., Рэми Джордж.* Роль гостиничного комплекса региона в системе туристского бизнеса

*Лапыгин Ю.Н., Захаров П.Н.* Системный подход к формированию стратегии развития ЖКХ муниципального образования

*Ломов Е.Е.* . Оценка состояния государственной собственности Владимирской области

*Ломов Е.Е.* Механизмы и пути совершенствования системы управления государственной собственностью

*Ломов Е.П.* К вопросу финансирования программы централизованного обеспечения квартиросъемщиков счетчиками расхода воды

*Лоторев А.Н.* К вопросу о структуре территориальной социально-экономической системы

*Лылова Т. Ю., Штебнер С. В.* Система показателей оценки стратегического потенциала предприятия

*Марченко Е.М., Аксенова Т.С.* Проблемы совершенствования ЖКХ на муниципальном уровне.

*Марченко Е.М., Жеребцова А.В.* О необходимости строительства гостиниц в историческом ядре города Владимира

*Минаков А.Б.* Проблемы поиска новой роли государства в региональных экономических реформах.

*Михайленко С.Н.* Социальная политика муниципального образования как элемент стратегии его развития

*Никитин К.Ю.* Роль промышленных кластеров в эффективном экономическом развитии регионов

*Номоконов В.В.* Эффективность инвестиций в развитие улично-дорожной сети г. Казани

*Номоконов В.В., Архипова В.Ф.* Экономические проблемы совершенствования улично-дорожной сети исторически сложившихся городов

*Омарова Т.Д.* Программно-целевой подход в системе управления регионом

*Орлова Е.В.* Роль областной администрации в подготовке управленческих кадров для промышленных предприятий

*Павлов А.М.* К вопросу об оценке влияния присоединения к ВТО на перспективы развития регионов России

*Попова О.В.* Система управления затратами предприятия на основе анализа и учета предпочтений потребителей

*Рассадин Б.И., Рассадина Ю.Б.* Проблемы развития устойчивого туризма во Владимирском крае и их решение

*Ратников Е.В.* Проблема особенностей региональных экономических систем

*Санин И.И.* Содержание региональной программы развития предпринимательства в сфере услуг

*Саха Прадип Кумар.* Государственная политика республики Бангладеш в отношении к иностранным инвестициям

*Свистунов А.В.* Экономические методы эффективного управления муниципального образования

*Смирнов В.Г., Смирнов А.В.* О разработке программы реформирования

и модернизации жилищно-коммунального комплекса Владимирской области  
*Смирнов В.Н.* Опыт американских городов при разработке стратегических планов  
*Сокольских Е.В.* Проблемы и перспективы эффективного инвестирования  
в экономику региона на базе лизинга  
*Темченко А.А.* Исследование мотивационной ориентации в студенческой группе  
*Терентьева И.В.* Влияние региональной бюджетной политики на стимулирование  
развития муниципалитетов  
*Тимофеева Д.В.* Особенности формирования интегральных систем  
*Титова Е.В., Андреева Н.В.* Структурные сдвиги в подрядной деятельности  
строительных организаций региона  
*Трофимова О.Б.* Актуальность проблемы регулирования социально  
ориентированных расходов муниципальных образований  
*Фадеечева Г. В.* Концептуальные проблемы включения территориальных  
социально-экономических подсистем в единое хозяйственное пространство России  
*Фильберт Л.В.* Использование организационно-технологических инноваций  
в системе реформирования ЖКХ на селе  
*Фуртат Н.Е.* Развитие предпринимательства - дело регионов  
*Хартанович К.В., Вертиева Н.С.* Особенности формирования регионального  
туристского комплекса  
*Хартанович К.В., Ребрикова В.С.* Региональные аспекты экономики туризма  
*Ченцова Е.В.* Из истории развития государственной семейной политики  
*Чернов Д.В.* Территориальные аспекты антикризисного управления предприятием  
*Чивильгина Т.Н.* Перераспределение прав собственности в рыночных условиях  
*Шишкин Е.В.* Формирование стратегии предприятия на территориальных рынках  
*Штебнер С. В., Лылова Т.Ю.* К вопросу о социально-политических аспектах  
предпосылок банкротства

## Секция 2

# **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАЛОГО БИЗНЕСА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

## **ДИНАМИКА ТРЕБОВАНИЙ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫХ К КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЕЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА**

Корпоративные информационные системы (КИС) за несколько последних лет стали неотъемлемой частью управленческой структуры многих отечественных предприятий. Однако установленные КИС оказались недостаточно эффективными сами по себе, не произвели ожидаемых улучшений в управление предприятием, а в некоторых случаях даже ухудшили его общепроизводственные показатели.

Все большее число предприятий сталкиваются с проблемой выбора КИС, не вполне осознавая, что какой бы ни была стратегия развития предприятия, информационная стратегия должна ей соответствовать. Результатом подобного просчета явилось огромное количество, как проваленных проектов, так и внедренных неэффективных программных продуктов.

Для того, чтобы грамотно решить проблему выбора КИС, организации и ее руководителю необходимо иметь определенную методику сопоставления разнообразных требований и характеристик предлагаемых программных изделий, верно и осознанно предъявлять требования к КИС на различных этапах ее жизненного цикла в рамках конкретного предприятия.

На современном этапе разработчики крупных программных продуктов разработчики все чаще уходят от создания пакетных приложений, переходя к модульному построению под конкретного заказчика практически эксклюзивной КИС. Характеристики системы и требования к ней тесно переплетаются, и в зависимости от качественных и количественных значений той или иной характеристики, заказчик может судить, удовлетворяет она его требованию или нет. Требования и характеристики – два перекрывающих друг друга множества, которые в идеале совпадают, на практике же частично перекрываются. Не перекрытая часть множества требований является дальнейшим стимулом для совершенствования системы.

Если множество характеристик системы можно считать ограниченным и меняющимся скачкообразно, дискретно в зависимости от смены версий системы, то процесс возрастающих требований к системе носит постоянный характер и полностью никогда удовлетвориться не может. Именно поэтому очень важным являются те критерии, которыми будет руководствоваться заказчик, предъявляя требования к КИС. Данный процесс удобно проанализировать в укрупненном масштабе этапов жизненного цикла системы: предварительный анализ и разработка требований к КИС представить их конечной целью – готовым техническим заданием (ТЗ) на

разработку; этап разработки системы объединить с фазой внедрения КИС на предприятии.

На этапе формирования и доработки ТЗ к системе предъявляется ряд базовых требований, которые реализуются при разработке и отладке КИС. После того, как заказчик считает большую часть своих требований удовлетворенными, когда по характеристикам, качеству и функциональной полноте система начинает удовлетворять потребностям предприятия, начинается этап ее внедрения и эксплуатации. Из рисунка видно, что при этом остаются не решенными задачи, к которым при эксплуатации КИС добавляются новые претензии и желаемые доработки. Просчеты в требованиях к системе на этапе формирования ТЗ и тестирования КИС в большинстве случаев приводят к провалу всего проекта автоматизации.

Запуск системы, не реализующий базовые потребности заказчика, может губительно сказаться на проекте автоматизации в целом. Но даже при благоприятном его исходе любая КИС не в состоянии вечно удовлетворять потребностям действующей организации. Внедрив КИС в систему управления предприятием, его руководство должно максимально долго продлевать период ее активной эксплуатации. Для этого система должна постоянно дорабатываться и совершенствоваться сообразно меняющимся потребностям заказчика и условиям ее эксплуатации. Когда количественная составляющая требований переходит в качественный скачок развития системы, целесообразно вести разговор о модернизации КИС, переходе на ее новую версию. Это связано с затратами, которые не идут ни в какое сравнение с неблагоприятным решением о выводе КИС из эксплуатации и неоправданными капиталовложениями в новую разработку.

При внедрении КИС в управлении промышленным предприятием его руководство должно четко осознавать цели и задачи данного проекта:

- с наименьшими затратами времени и денег ввести в эксплуатацию систему, отвечающую основным требованиям предприятия;
- максимально увеличить период эксплуатации КИС;
- не производить капиталовложений в новую КИС, а использовать новые версии уже проверенной разработки.

Сама по себе КИС - инструмент, который нужно правильно выбрать, настроить и использовать. От того, как грамотно заказчик будет предъявлять требования к КИС, зависит эффективность вложенных в нее средств, а следовательно и эффективность управленческой структуры всего предприятия. Процесс предъявления требований к КИС должен быть целенаправленным, динамическим и непрерывным, иначе КИС неизбежно устареет, а круг бесполезных инвестиций в информационных технологии на предприятии замкнется.

Е.В. Бякова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Исходя из положения известного метода анализа сильных и слабых сторон предприятия в сопоставлении с шансами и рисками во внешней среде предприятие, добьется успеха тогда, когда ему удастся использовать свои сильные стороны в полном соответствии с теми шансами, которые предоставляются окружающей обстановкой.

Под рыночными шансами понимается потенциал рынка, который не удовлетворяется сложившимся на рынке предложением. Принципы определения рыночного потенциала фирмы таковы же, как и для географических объектов. Сначала определяется профиль клиента (кто) и географические размеры рынка (как много) - это общий рыночный потенциал. Знание количества и силы конкурентов и затем оценка той доли рынка, которую предприятие при определенных маркетинговых усилиях сможет завоевать даст понятие потенциала рынка для предприятия. К поискам шансов предприятие должно подходить широко, не ограничиваясь анализом вероятных действий конкурентов, а учитывая также возможности потенциальных потребителей.

Сильные и слабые стороны предприятия обычно представлены его ресурсами и компетенциями, которые в совокупности создают потенциал для использования предоставляющихся рыночных шансов. При оценке потенциала предприятия необходимо рассматривать его совокупные способности формировать, определять и удовлетворять потребителя в товарах и услугах с целью которую для себя определила фирма. Например, такая категория как «стоимость бизнеса» может отразить только фактический, реально достигнутый уровень способностей предприятия в сложившихся условиях. Любые возможные комбинации способностей предприятия могут характеризоваться категорией «потенциал» - способность предприятия в достижении определенной цели при определенной комбинации факторов экономической конъюнктуры. Существует максимальный уровень потенциала предприятия, который формируется наиболее благоприятной комбинацией факторов экономической конъюнктуры.

Следовательно, способности предприятия можно описать двумя категориями: потенциал предприятия (внутрифирменный) и потенциал рынка, а также силой способной уравновесить две эти категории - предпринимательский ресурс (менеджмент предприятия). Один из самых важных аспектов процесса принятия решений, с точки зрения экономической теории, является необходимость: принятия подавляющего большинства решений в рамках ограниченности совокупных ресурсов. Вне зависимости от размеров компании управленческие решения связаны с выбором альтернативных направлений использования ресурсов. Поэтому основная задача ме-



неджера состоит в таком распределении ресурсов, которое создает наибольший потенциал для достижения целей фирмы.

Таким образом, из взаимодействия специфического внутрифирменного потенциала (или потенциала предприятия) с одной стороны, и потенциала рынка с другой, складывается маркетинговый потенциал предприятия, который следует интерпретировать в качестве предпосылки успешной деятельности хозяйствующего субъекта в перспективе. Движущей же силой маркетингового потенциала можно представить предпринимательский ресурс, влекущий за собой следующие отношение к изменениям: вместо того, чтобы подавлять и минимизировать изменения - стремится к ним. Вместо реакции на возникшую проблему предвосхищаются будущие возможности и опасности; вместо частных решений ведется глобальный поиск альтернативных путей действий; вместо одной генерируются многочисленные альтернативы; вместо удовлетворительности процесс принятия решений направлен на выбор лучшей из имеющихся альтернатив. Вместо того, чтобы стремиться к сохранению прошлого - выступает за непрерывное изменение достигнутого состояния. Деятельность менеджмента (как движущей силы) должна быть связана с постановкой целей и задач организации и с поддержанием ряда взаимоотношений между организацией и окружением, которые позволяют ей добиваться своих целей, соответствуют ее внутренним возможностям и позволяют оставаться восприимчивой к внешним требованиям.

Основные предпосылки:

- Потенциал предприятия и рыночный потенциалы образуют маркетинговый потенциал предприятия.
- В краткосрочном плане задача состоит в удовлетворении потребностей потребителя и производителя.
- В долгосрочной перспективе задача заключается в выживании потребителя и производителя.

Выводя определение категории «маркетинговый потенциал», автор использует маркетинговое определения потенциала рынка и собственное потенциала предприятия.

Потенциал рынка - конечная совокупная потребность какого-либо блага, которая может быть, в конце концов, достигнута маркетинговыми усилиями всех предприятий поставщиков данного вида блага, иначе говоря, это предел возможностей потребления конкретного блага, при неизменном (определенное время) конечном количестве потребителей. Потенциал предприятия – это предельно допустимая совокупность его возможностей произвести некие блага, и продолжить функцию воспроизводства.

Определение: Маркетинговый потенциал предприятия - востребованность потенциала предприятия потенциалом рынка.

Функция: Маркетинговый потенциал предприятия – показывает, насколько потенциал предприятия удовлетворяет потенциалу рынка к взаимовыгодному взаимодействию сторон.

Модель: Маркетинговый потенциал предприятия можно описать системой из двух уравнений: первое – потенциал рынка, второе – потенциал предприятия. Решение этой системы показывает, насколько потенциал предприятия удовлетворяет потенциалу рынка к взаимовыгодному взаимодействию сторон.

В.И. Ганьшин, Е.А. Каткова, М/ф ВлГУ, г. Муром, Россия

## **СОЗДАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ ОБРАБОТКИ ВНЕШНИХ ЗАКАЗОВ**

Проводимый в прошедшем году студентами института анализ ряда информационных систем, существующих на предприятиях города Муром, показал, что все они носят однобокий, ограниченный характер, так как решают одну какую-либо специализированную задачу.

Например, наиболее представленная на предприятиях города информационная система подготовки производства, рассматривает следующий ряд задач:

- подготовка разделительных ведомостей;
- сверка новых заказов с ранее поступившими заказами и заказами на подобные виды деталей и узлов;
- определение деталей собственного передела и покупных деталей.

И хотя данная информационная система решает несколько задач, но все они направлены на решение одного – составление разделительных ведомостей подготовки производства по каждой из заявок.

Аналогичная ситуация наблюдается и по другим информационным системам на различных предприятиях города.

В последние два года увеличение объемов заявок привело к увеличению количества решаемых задач и необходимости объединения всех информационных систем в одну – маркетинговую информационную систему предприятия. Данная система должна отражать максимально возможное количество информации не только производственного характера, но и информации по вопросам поставки сырья и материалов, выбора поставщиков, оценки конкурентов, определения цены продукции предприятия и конкурентов, динамики ее изменения и ряда других.

Были сформулированы основные задачи, которые должна решать разрабатываемая маркетинговая информационная система (МАИС):

- сбор всей необходимой информации, поступающей из внешних (каталогов, прайс-листов, интернет, заявок, заказов и договоров) и внутренних

(отчетной документации предприятия) источников, имеющей разнородный, а порой принципиально разнородный характер;

- обработка и сведение всей разнородной информации в единый, специально разработанный формат хранения данных, удобный и понятный для всех пользователей предприятия;
- оперативное представление необходимых данных в формате, зависящим от особенности запроса пользователя.

Для решения данных задач была разработана инфологическая модель получения и представления информации пользователям, состоящая из двух основных подсистем – подсистемы поступления и хранения информации и подсистемы предоставления информации. Очень важно то, что подобная система позволяет разрешить сложившийся на предприятиях парадокс недостатка информации при ее явном избытке.

Итак, основная задача создания МАИС – это создание системы, позволяющей эффективно и быстро обрабатывать внешнюю и внутреннюю информацию, фильтровать ее и уплотнять, направлять ее по назначению в нужном объеме и в нужное время, четко определять достоверность источников информации и права пользователей на каждом уровне.

Первые этапы построения МАИС показали, что ее внедрение связано с большими трудностями, так как уже на этом этапе ее внедрения наметилась тенденция противодействия ей со стороны лиц, привычный уклад работы которых нарушается. В этих условиях для более быстрого внедрения МАИС представляется необходимым делать упор на будущих ее пользователей – специалистов по вычислительной технике и работников службы маркетинга.

С учетом вышесказанного, можно в заключении отметить, что основным кругом задач, которые решаются с использованием МАИС, являются:

- анализ и обработка заявок на поставку запасных частей различных видов техники, выпускаемой предприятием (определение возможности и целесообразности изготовления собственными силами, так как в ряде случаев экономически выгоднее приобрести некоторые детали на стороне);
- определение круга поставщиков и выбор среди них наиболее «интересных» для предприятия (важнейшей задачей на этом этапе является выбор объективных критериев оценки поставщиков);
- анализ текущих цен поставщиков предприятия;
- выявление динамики изменения цен поставщиков (рассматриваются цены, распределенные во времени, что необходимо для проведения статистического анализа динамики изменения цен);
- проработка экспертных цен по заявкам (проработка формирования собственной цены предприятия);

- определение наиболее вероятных конкурентов по различным видам продукции;
- выявление динамики изменения цен конкурентов (необходимо для выявления усредненной закономерности увеличения цен, что позволит с определенной погрешностью спрогнозировать цены конкурентов в будущем);
- сопоставление цен конкурентов и цен предприятия для выявления ценовых «стыковок» и «разбросов»;
- определение наиболее рациональных объемов и сроков поставки по каждой позиции необходимых материальных ресурсов.

В.И. Ганьшин, С.А. Курненок, М/ф ВлГУ, г. Муром, Россия

### **АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СБЫТА ПРОДУКЦИИ ОАО «МУРОМТЕПЛОВОЗ»**

ОАО «Муромтепловоз» под воздействием проводимых в России реформ сумел сохранить и развить следующие виды производства: тепловозостроение, машиностроение, металлургическое и мебельное. При всей многоплановости производства различных видов продукции на предприятии, рассмотрим, как пример, возможности производства и сбыта продукции ОАО по основному производству - тепловозостроению:

- исследование рынков сбыта маневровых тепловозов;
- выявление основных предприятий-конкурентов;
- оценка объемов продаж по годам и регионам;
- выявление основных и перспективных предприятий - потенциальных покупателей маневровых тепловозов.

Предварительный анализ показал, что исследованию подлежат шесть предприятий выпускающих маневровые тепловозы:

- Брянский машиностроительный завод,
- Людиновский тепловозостроительный завод,
- Калужский завод «Путьмаш»,
- Камбарский машиностроительный завод (Удмуртия),
- Луганский завод «Лугансктепловоз».

Результаты исследований позволили сделать следующие выводы:

- маневровые тепловозы, производимые в Брянске, Людиново, Калуге, Луганске мощнее и дороже, чем тепловозы, производимые ОАО «Муромтепловоз», что позволяет сделать вывод о том, что вышеперечисленные предприятия-изготовители не являются для ОАО «Муромтепловоз» конкурентами, так как они занимают разные потребительские ниши;
- у маневровых тепловозов, производимых ОАО «Муромтепловоз», основным конкурентом являются маневровые тепловозы, производимые в Камбарке (Удмуртия);

- сравнение основных технических характеристик тепловозов ОАО «Муромтепловоз» и Камбарских тепловозов показывает, что при одинаковой мощности двигателей, у Камбарского тепловоза такой важный параметр как сила тяги гораздо меньше, чем у тепловоза ОАО «Муромтепловоз», что позволяет сделать вывод об относительных конкурентных преимуществах тепловоза ОАО «Муромтепловоз».

Для изучения рынков сбыта маневровых тепловозов и их емкости было проведено их сегментирование.

Результаты сегментирования показали, что основным потребителем маневровых тепловозов являются: горнодобывающая промышленность – 214 предприятий; лесная и деревообрабатывающая – 400; машиностроение – 1200 (наибольшее количество), пищевая промышленность – 279; строительство и строительная промышленность – 36; металлургическая промышленность - 300.

Анализ результатов продаж за последние пятнадцать лет показывает, что наибольшее количество тепловозов было реализовано в период с 1987 по 1991 гг. После 1991 г. число продаж пошло на убыль, что объясняется ухудшением финансового положения основных предприятий-потребителей маневровых тепловозов.

Для получения исчерпывающей информации о состоянии производственной деятельности ОАО «Муромтепловоз» были проведены исследования жизненного цикла существующих моделей маневровых тепловозов, которые показали, что они находятся в преддверии этапа ухода с рынка, поэтому необходимо срочным образом их модернизировать с учетом изменения внешних запросов потребителей.

Перспектива производства запасных частей для ранее выпущенных тепловозов объясняется тем, что в процессе эксплуатации за прошедшие десять-пятнадцать лет многие из эксплуатируемых тепловозов существенно изнашивали свой ресурс. Купить взамен старых новые маневровые тепловозы многие предприятия не имеют возможности. В этих условиях, если затраты на ремонт эксплуатируемого на предприятии маневрового тепловоза не превышают 35-40% стоимости нового маневрового тепловоза, то принимается решение о ремонте существующей модели.

Перспективы производства маневровых тепловозов опираются на выявление тех предприятий, на которых в настоящее время нет маневровых тепловозов, производимых ОАО «Муромтепловоз», но востребованность в которых имеет место.

Результаты исследования показывают, что около 1764 предприятий различного профиля будут потенциальными потребителями маневровых тепловозов (прогнозируется, что каждое из этих предприятий в среднем приобретет 2-4 маневровых тепловоза).

В силу того, что на предприятия России за последние пятнадцать лет было продано около 2080 маневровых тепловозов ОАО «Муромтепловоз» и их физического износа, производство запасных частей к ним представляется весьма перспективным.

С учетом вышесказанного можно сделать вывод, что при грамотной политике руководства ОАО «Муромтепловоз», у предприятия имеются хорошие перспективы по развитию производственно-сбытовой деятельности маневровых тепловозов.

Д.В. Гречин, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **МЕТОДЫ И ФОРМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ**

Основой государственной нормативно-правовой базы в системе государственной поддержки малого бизнеса является Федеральный Закон № 88-ФЗ от 12 мая 1995 г. «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», а также федеральные и региональные программы развития и поддержки малого предпринимательства

На кредитно-финансовую поддержку предпринимательства в течение 2000 г. из областного бюджета было выделено 1,1 млн руб., а в 2001г. - 3,0 млн руб., что позволило не только способствовать реализации бизнес-проектов, но и привлечь значительные средства из различных источников - 10,4 млн руб. в 2000 г., 21,01 млн руб. - к 2001 г. В результате реализации программы развития малого и среднего предпринимательства на 2002 – 2003 гг. и перспективу до 2004 г. предполагается вложение средств в высокоэффективные проекты с рентабельностью не менее 20 %.

В направлении информационной поддержки малого предпринимательства; в Центре поддержки предпринимательства создаются такие информационные системы и базы данных, как:

- субъекты малого предпринимательства Владимирской области;
- производители товаров и услуг и т.д.

С мая 1994 г. по май 1998 г. во Владимирской области при непосредственном участии Центра поддержки предпринимательства, были реализованы I и II этапы международной программы «Тасис» по линии Европейского Союза.

При содействии ЦПП более 30 бизнес проектов были представлены для финансирования в международный венчурный фонд. 150 предприятиям малого бизнеса оказана помощь в налаживании контактов с зарубежными бизнесменами, "Такие фирмы как ТОО «Вега» (Кольчугинский район), ТОО «Елена» (г. Ковров), ТОО «Иберус - Муром" завязали деловые отношения с зарубежными партнерами.

Для содействия развитию малых предприятий научно-технической сферы ЦПП проработаны 2 проекта, представленные ООО «Бивах» г. Муром и ЗАО НПП «Ресурсоэнергострой» г. Владимир, с целью их льготного кредитования по линии фонда профессора Карте. Попечительский Совет Владимирского инновационно-технологического центра принял решение о финансовой поддержке в объеме 300 тыс. руб. проекта «Организация производства новых электрообогреваемых зеркал с пониженным ослепляющим эффектом на основе уникальных отечественных технологий» (ООО «Бивах», г. Муром).

В целях обеспечения расширения межрегиональных деловых связей и оказания содействия предпринимателям в продвижении товаров и услуг, производимых субъектами малого бизнеса, проводится работа с привлечением специалистов со стороны через Межрегиональный маркетинговый центр (ММЦ). За 1 полугодие 2000 г. через ММЦ заключено сделок на общую сумму около 50 тыс. руб.

В вопросах подготовки кадров предпринимателей за период с 1995 г. по настоящее время Центром при участии таких структур, как Центр занятости, Технический университет. Бизнес - колледж, а также в рамках программы «Тасис» проведено более 70 обучающих семинарских занятий, в которых приняли участие около 1000 субъектов предпринимательства, представителей органов местного самоуправления, курирующих вопросы предпринимательской деятельности на местах. Вопросы, рассмотренные на занятиях, касались проблем ведения собственного дела, разработки бизнес планов, роли лизинговых операций в реализации бизнес идей и т. д.

В рамках завершения II этапа проекта «Тас18» в мае - июне 1998 г. были разработаны механизмы по реструктуризации промышленных предприятий области, находящихся в кризисном состоянии. В этих целях в мае 1998 года было создано областное Агентство поддержки предпринимательства.

В этом направлении Центром поддержки предпринимательства совместно с Экономическим управлением, Управлением промышленности, с привлечением специализированных структур на конкурсной основе, данные механизмы опробованы на таких предприятиях, как ОАО «Гусевский хрустальный завод».

За полгода ОАО «Гусевский хрустальный завод» из предприятия банкрота перешло в разряд эффективно работающих.

Наряду с положительными тенденциями в реализации мер по развитию малого и среднего бизнеса имеют место и серьезные проблемы, которые связаны в первую очередь с дефицитом оборотных средств, неразвитостью рыночной инфраструктуры, отсутствием должной бюджетной поддержки для финансирования предпринимательских проектов, а также не-

допониманием и слабой поддержкой малого бизнеса со стороны определенных властных структур. В частности антимонопольным управлением были возбуждены и рассмотрены дела в отношении администраций городов: Владимира, Мурома, Камешково, Гусь-Хрустальный, Вязники.

И. И. Дерен, В/ф ВЗФЭИ, г. Владимир, Россия

## **РОЛЬ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В РАЗРАБОТКЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТУРИНДУСТРИИ**

Общепризнанным фактом является то, что туризм играет существенную роль в решении проблем развития региональной экономики в условиях углубления глобализационных процессов на макро- и микроэкономическом уровнях. Туризм, с одной стороны, это сложное общественно-экономическое явление, а с другой – это специфический вид индустрии, функционирование которой при наличии соответствующей инфраструктуры и выполнения ряда условий должно приносить значительный доход как отдельным регионам, так и в целом государству.

Важнейшей целью любого государства является достижение наивысшего уровня жизни его жителей. Россия, по принятой в мире оценке этого показателя, находится только в шестом десятке. При этом, однако, по оценке потенциала богатства, приходящегося на одного жителя страны, мы в 6 раз богаче европейцев [из доклада Председателя Комитета ГД РФ на Конгрессе научных и инженерно-технических работников Северо-запада России, 7 февраля 1998 г.].

Основная причина такого парадокса заключается в низком коэффициенте полезного действия функционирования управляющей системы как по вертикали – федеральное, региональное и местное управление, так и по горизонтали – отраслевое управление. В этом случае разрешение проблем сопровождается научными исследованиями, т.е. создание научных подходов к решению проблем развития территориальных социально-экономических подсистем (субсистем), включая туристскую индустрию. Научные исследования туризма, как одной из составляющих частей экономических отношений в современной России, имеют в настоящее время не теоретическое, но и практическое значение.

Одним из основных факторов развития общества научно-технический прогресс. Необходимо отметить, что функция науки, как в сфере туризма, так и в любой другой отрасли национального хозяйства, имеет специфические особенности, отличающие ее от таких маркетинговых функций как аналитическая, производственная, сбытовая и функция контроля и управления. Во-первых, это затратный характер научных ис-



следований (временные параметры между результатами научных исследований и итоговым экономическим эффектом) и, во-вторых, реализаторский характер достижения запланированных научных результатов.

Именно наука стимулирует открытие и разработку новых качеств туристских товаров и услуг, как предметов потребления, т.е. обеспечивает основные конкурентные преимущества на региональном рынке, а значит, расширение рынков сбыта туристского продукта, увеличение объема продаж турпакетов, а следовательно, таких экономических показателей как выручка и прибыль конкретных туристских организаций Владимирского региона.

При доминировании маркетинговой функции роль функции науки возрастает, т.к. количественное насыщение рынка завершено и его передел осуществляется на качественной основе. Данная проблема актуальна не только в силу ее значимости в социально-экономической политике государства, но и ввиду ее решающего влияния на формирование активной региональной политики.

Н.В. Долгополова, г. Владимир, Россия

## **ФОРМИРОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА УСЛУГ В СФЕРЕ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИИ**

Применение высоких технологий в промышленности обусловлено уникальными свойствами различных технологий (лазерных, микроэлектронных и др.): высокой производительностью; локальностью и точностью воздействия; бесконтактностью; возможностью управления параметрами воздействия; избирательностью воздействия; экономичностью.

Отечественный рынок высоких технологий не развит. Его развитие тормозят неплатежеспособный спрос; аномальная инфраструктура внутреннего рынка; нехватка финансовых средств и кадров для производства конкурентоспособной продукции и вывода ее на рынок; неэффективная государственная, региональная и корпоративная политика в сфере высоких технологий; жесткое противодействие зарубежных конкурентов.

Проведенные исследования показали, что внедрение высоких технологий в промышленное производство увеличивает производительность труда в несколько раз. Однако внедрению этих технологий на промышленных предприятиях препятствуют различные факторы:

1. Значительный разрыв между научными достижениями в области исследования и созданием готовых конструкции как промышленных изделий. Промышленные предприятия неохотно применяют изготовленные в лабораториях установки в своих технологических процессах, поскольку эти приборы по своим эксплуатационным свойствам больше соответству-

ют лабораторным образцам, чем промышленным изделиям. Это ошибка организации-разработчиков новой техники, которые в первую очередь торопятся показать свои научные достижения, а не работать над совершенствованием конструкций созданных изделий.

2. Большие сроки изготовления установок. Норма рынка: от постановки задачи до выпуска изделия должно пройти не более нескольких месяцев. Малые предприятия эту норму выполняют, на крупных предприятиях от начала разработки до начала выпуска изделия проходит несколько лет.

3. Высокие цены. Дороговизна высоких технологий (как импортных, так и отечественных) делает их недоступными для отечественных производств.

4. Низкий срок окупаемости. Окупаемость, например, лазерных технологических установок на отечественном предприятии - 5-7 лет, тогда как на Западе - 2 года. Зачастую это связано с недостаточными начальными капиталовложениями во внедрение новых технологий,

5. Нерентабельность замены старых технологий новыми. При исключительной дешевизне труда в промышленности выгоднее использовать старые технологии, чем новые с более высокой производительностью труда. Внедрение новых технологий на промышленном предприятии выгодно, если производительность труда увеличивается при этом в 8-10 раз (для сравнения: в ФРГ новая технология внедряется, если она позволяет увеличить производительность труда в 2-3 раза),

6. Большие сроки внедрения. Если на малом предприятии для внедрения новой технологии требуется не более недели, то на крупном предприятии этот срок увеличивается до 2 лет из-за негибкой системы управления и несогласованности этапов производственного процесса. На государственном предприятии этот срок еще больше, т.к. в дополнение к сказанному решение нестандартных ситуаций тормозит устаревшая нормативно-техническая документация.

7. Отсутствие нормативно-технической документации и методических рекомендаций.

8. Поставка техники без специальной оснастки, что ограничивает область применения нового оборудования.

9. Низкая надежность отечественного оборудования. Например, регламент немецкой лазерной технологической установки - 500 часов, российской - в 2-3 раза меньше,

Формирование рынка услуг в сфере высоких технологий позволит частично решить проблему неплатежеспособности спроса на высокотехнологичное оборудование и дать импульс развитию всего рынка высоких технологий.

В настоящее время в пяти регионах России апробируется успешно действующая на Западе модель технопарков - аккумулялирование оборудо-

вания в специализированных региональных центрах, обслуживающих товаропроизводителей в различных отраслях: строительстве, машиностроении, судостроении, автомобилестроении, рекламном бизнесе и др. Количество таких технопарков ограничено недостаточными инвестициями. По оценкам специалистов капиталовложения на организацию одного технопарка составляют 1 млн долл. США на 5 лет. Кредиты частных инвесторов составляют в среднем не более 50 тыс. долл. США и всего на 1 год.

Наибольший интерес представляет модель рынка высокотехнологичных услуг, которая позволила бы не только продвигать высокие технологии в отечественную промышленность, но и развивать российскую научно-исследовательскую базу, находящуюся в плачевном состоянии.

Практика деятельности различных предприятий на российском рынке высоких технологий показывает, что крупные предприятия слишком инерционны, их инфраструктура и неповоротливая система управления не позволяют оперативно реагировать на изменения требований рынка. Малые предприятия значительно более гибки и могут лучше адаптировать выпускаемую продукцию к требованиям потребителей. Сравнительно невысокие собственные издержки малых предприятий дают возможность устанавливать более приемлемые для покупателей цены. Однако малые предприятия не располагают научно-экспериментальной базой, необходимой для осуществления разработок новой техники. Преимуществами в проведении НИОКР обладают именно крупные предприятия, имеющие в своем распоряжении лабораторные образцы разработанных ими установок. При этом, как правило, ни крупные, ни малые предприятия не располагают необходимыми маркетинговыми ресурсами для продвижения своей продукции на рынок.

Наиболее привлекательная форма взаимодействия участников рынка: разработчик новой техники (научно-исследовательская организация) → изготовитель новой техники (малое или дочернее предприятие) → технопарк. В ряде случаев функции изготовителя и технопарка совмещаются. Если изготовленное оборудование не только используется для предоставления услуг, но и продается, целесообразно привлечение внешнего промоутера.

Л.А. Кулагина, АТиСО, г. Москва, Россия

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА КАК ЭЛЕМЕНТА ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Формирование инфраструктуры малого предпринимательства — приоритетное направление обеспечения его устойчивости и роста. Под инфраструктурой поддержки малого бизнеса понимается совокупность государственных, общественных, коммерческих организаций и других спе-

специализированных институтов, непосредственно обеспечивающих нормальные условия жизнедеятельности малого бизнеса путем оказания определенных деловых услуг. К объектам инфраструктуры в широком смысле относятся организации, оказывающие непосредственную поддержку и содействие малым предприятиям, структуры, регулирующие малый бизнес (отделы регистрации, налоговые, торговые и прочие инспекции), общественные объединения предпринимателей (союзы, ассоциации), которые объединяют усилия, представляют их общие интересы. Малые предприятия используют в своей деятельности существующую рыночную социально-экономическую инфраструктуру территорий. Крупные предприятия многие элементы инфраструктуры создают себе сами, тогда как малые предприятия так действовать не могут вследствие ограниченности собственных ресурсов. Но правила на рынке одинаковы для всех. Для успешной конкуренции, раскрытия внутренне присущих малому бизнесу динамизма, гибкости и возникла потребность создавать специализированную инфраструктуру, преимущественно ориентированную на малое предпринимательство.

Формирование элементов инфраструктуры малого предпринимательства на федеральном, региональном и местном уровнях начато в 90-х годах. В этом процессе участвуют государственные органы, деловые круги, зарубежные и международные организации. Правительство РФ приняло ряд постановлений по созданию в стране инфраструктуры малого предпринимательства: о развитии лизинга, образовании сети территориальных, областных агентств поддержки малого бизнеса и информационно-аналитических центров предпринимательства, и др. Развитие инфраструктуры малого бизнеса является одним из основных направлений во всех трех федеральных программах государственной поддержки малого предпринимательства (1994-1999 гг.). В соответствии с первой программой (1994-1995 гг.) было реализовано за счет средств федерального бюджета несколько пилотных проектов по созданию отдельных объектов инфраструктуры на территориях некоторых субъектов РФ. Во второй федеральной программе (1996-1997 гг.) главное внимание было уделено созданию в каждом субъекте РФ минимального набора наиболее простых и необходимых объектов инфраструктуры малого бизнеса путем тиражирования уже апробированных организационных схем на основе привлечения на паритетных началах средств федерального и региональных бюджетов. Особенность третьей программы (1998-1999 гг.) — развитие инфраструктуры с ориентацией на создание сети специализированных финансово-кредитных и гарантийно-инвестиционных институтов.

Отдельные примеры успешной работы организаций инфраструктуры не заслоняют имеющиеся проблемы и необходимость далее совершенство-

вать эту работу. Почти во всех регионах количество объектов инфраструктуры недостаточно. Как на федеральном, так и территориальном уровне отсутствует целостная продуманная политика, концепция развития инфраструктуры малого бизнеса. Это приводит к тому, что велик элемент стихийности в создании инфраструктуры, а потребности предпринимателей в отдельных видах деловых услуг удовлетворяются не полностью. Мало специализированных организаций, которые могут для малого предприятия подобрать производственное или офисное помещение, земельный участок, на приемлемых условиях предоставить в лизинг оборудование, оказать содействие в получении и реализации государственного или муниципального заказа, установлении контактов с крупными предприятиями. Имеет место недостаточная информированность предпринимателей о наличии соответствующих объектов инфраструктуры, перечне предоставляемых ими услуг, условиях их получения. Когда начинаются деловые контакты между предпринимателями, хозяйствующими в структуре разных территориальных социально-экономических систем, сразу обращается внимание на то, что в сфере инфраструктуры имеется понятийная путаница: «бизнес-инкубатор» может не отличаться от «технопарка», «фонд поддержки» от «социально-делового центра». Под одним и тем же названием в соседних регионах могут функционировать разные по функциям организации инфраструктуры, что затрудняет работу предпринимателей. Имеет место неравномерность развития инфраструктуры в муниципальных образованиях.

Органам государственной власти, администрациям регионов, общественным объединениям, научным, предпринимательским структурам объединить и координировать усилия по дальнейшему содействию в формировании разветвленной, доступной для предпринимателей и эффективной территориальной инфраструктуры поддержки малого бизнеса. Сеть объектов инфраструктуры должна иметь «пропускную способность», адекватную потребностям малого бизнеса или даже при некотором опережающем уровне развития. Наука могла бы внести свой вклад в разработку региональных нормативов обеспеченности подобного рода учреждениями применительно к особенностям региона, уровню развития малого предпринимательства и с учетом других социально-экономических факторов.

Е.П. Ломов, ВлГУ, г. Владимир, Россия

### **ЭФФЕКТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ИЛИ ПОЧЕМУ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И СОВЕСТЬ ПОНЯТИЯ НЕСОВМЕСТИМЫЕ**

«Для очень многих людей, - говорится в учебнике по экономике и социологии труда, рекомендованном Министерством образования РФ для сту-

студентов, обучающихся по экономическим специальностям (Б.М. Генкин, 2002 г., с. 137), – экономическая деятельность и совесть, так же как гений и злодейство, – понятия несовместные». Так не здесь ли кроется главная причина явного недовольства простых тружеников предпринимателями различного масштаба: от мелких «торгашей» до «олигархов», т.е. «новыми русскими»? В данной работе делается попытка разобраться с корнями этого постулата.

Во-первых, в относительно недалеком прошлом (вплоть до конца восьмидесятых годов XX века), страны, исповедующие приоритет частной собственности на средства производства назывались капиталистическими в противовес странам с отсутствием такового – социалистическими. Однако такое деление в эпоху реформирования российской экономики было признано не корректным и повсеместно понятия «социализм и капитализм» были преобразованы в понятия «общества с плановой и рыночной экономиками». Однако на самом деле концепция рыночных отношений базировалась, базируется и не может не базироваться на капиталистических отношениях. Если же принять классическое и наиболее краткое определение капитала как самовозрастающую стоимость, то становится ясным – рыночные механизмы направлены на ежечасное, ежеминутное извлечение прибыли.

Несмотря на то, что во многих зарубежных теоретических работах целью предпринимательской деятельности провозглашается уже не столько извлечение прибыли, сколько обеспечение материального благосостояния работников за счет получаемой прибыли, практика российского предпринимательства к этому теоретическому постулату не имеет никакого отношения. Примеры, когда уборщица в коммерческой организации получает в несколько раз больше, чем заслуженный профессор в бюджетной сфере, не в счет. При этом необходимо помнить, что противники современных экономических отношений нисколько не ратуют за снижение уровня оплаты труда уборщиц. Он должен остаться таким, каков он есть. Задача в другом – профессор и любой другой работник высококвалифицированного интеллектуального труда должен получать гораздо больше уборщицы. Эта позиция аналогична той уродливой сегодняшней интерпретации революционных преобразований, когда большевикам приписывалось недопущение богатых, которые де только и думали, как бы искоренить в России бедных. Революция вела борьбу за справедливое перераспределение созданных в стране богатств, к тому времени принадлежащих небольшой группе населения; требовала немедленной передачи имущества помещиков и капиталистов бедным, т.е. тем, которых они вроде так горячо любили, жаждали обогатить, но видно никак не могли додуматься до элементарного – передачи хотя бы части богатств в руки обездоленных.

Во-вторых, слагаемыми пресловутого чистого дохода собственника выступают эффекты производства, продажи и собственно капитала. Помня, что первичными элементами любого производства являются средства труда, предметы труда и собственно труд (рабочая сила), то в условиях устоявшихся рыночных отношений цены на приобретаемые средства труда и предметы труда, как и возможности по установлению по своему усмотрению цен на производимую продукцию, в незначительной степени зависят от предприимчивости собственника капитала. Что же касается цены рабочей силы, то здесь последнему предоставляется широчайшее поле деятельности.

Действующий Трудовой кодекс РФ регулирует только минимальный размер месячной оплаты труда, пока никоим образом не связанный не только с минимальным прожиточным уровнем, но даже с минимальной продовольственной или минимальной потребительской корзинами. В условиях наличия избытка предложений на рынке труда предприниматель имеет право установить заработную плату от 450 руб. в месяц для рядовых работников и тысячи долл. США – руководящему персоналу. Поэтому эффект производства в основном будет слагаться в меру игры на никем и ничем не контролируемой цене рабочей силы (в США законодательно установлена достойная минимальная часовая ставка оплаты труда, не позволяющая собственникам капитала произвольно вести себя в вопросах оплаты труда).

Кроме того, в настоящее время в современной теории трудовых отношений происходят кардинальные изменения. Так, в сфере материального производства рабочую силу предлагают рассматривать в двух формах: регламентированного труда и новационного труда. Первый – это труд преимущественно физический, труд рабочих и рядовых специалистов. Его предлагается учитывать только как обычный ресурс, наравне с ресурсами средств труда и предметов труда. В результате такого рассмотрения он влияет только на величину издержек производства. Новационный труд – это труд, направленный на создание новых духовных или материальных благ, а также новых методов производства. К нему относят труд предпринимателя, руководителей разного уровня. Новационный труд и только он уже создает прибавочную стоимость и, следовательно, только его представители имеют права на присвоение прибыли.

Что касается эффекта капитала, то норму прибыли от его функционирования можно соотнести со средней ставкой коммерческого кредита в национальных финансово-кредитных организациях. Поэтому разница между фактической нормой прибыли и этой ставкой и есть норма эксплуатации работодателя собственных работников.

В третьих, возвращаясь к началу статьи, как же понимать несовместный характер экономической деятельности и совести? Без наличия перво-

начального капитала совестливый человек, понимая, что вся его предприимчивость есть не что иное, как присвоение чужого труда, теоретически не может заниматься бизнесом. Прибыль его предприятия, с одной стороны, это недовложение денег в кошелёк его работников, а с другой стороны, это бесцеремонное залезание в карман каждого потребителя своей продукции. Тезис предпринимательства, что никто силой не заставляет ни устраиваться на работу, ни покупать тот или иной товар, только теоретически и формально безупречен. Если дома нечего есть, то бесправный человек *вынужден идти наниматься* на работу на условиях работодателя. Если же у человека есть некая сумма денег, то опять же из-за элементарной потребности в пище, одежде и т.п. человек будет *вынужден согласиться* с предложенной ему грабительской ценой товара, работы или услуги..

Совестливый человек с наличием первоначального капитала довольствуется прибылью по норме на свой капитал. Оставшуюся сумму прибыли он либо совсем не допустит, пойдя на соответствующее увеличение издержек за счёт роста заработной платы своим работникам или на снижение цен на производимые продукты под реальную покупательную способность населения, либо получив, направить её на решение социальных программ организации или региона проживания. Тем более он никогда не пойдёт на теневые махинации по расчётам с бюджетами и внебюджетными государственными фондами. Такие схемы уже зарождаются внутри капиталистического производства как своеобразные островки народного капитализма, с народными предприятиями, т.е. с господством цивилизованных рыночных отношений.

А.А. Марченко, С.В. Сокольских, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА ОЦЕНЩИКОВ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ - ЗАЛОГ РОСТА ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РЕГИОНА**

В настоящее время многие эксперты отмечают очень низкий уровень инвестирования в основной капитал практически во всех отраслях экономики России, не обеспечивающий даже простого воспроизводства внеоборотных активов. В наметившемся подъёме экономики рост инвестиций не отвечает требованиям выхода из кризиса: необходимо создание новых и развитие действующих основных фондов, внедрение современных технологий. В этой связи необходимо предпринимать конкретные меры по стимулированию инвестиционной активности различных бизнес-субъектов. С одной стороны это должны быть шаги государства в законодательной сфере, с другой стороны для обеспечения коренного перелома ситуации пред-



лагается развивать комплексную оценку не только отдельных промышленных активов, но и всего бизнеса как единого целого.

С точки зрения западных экономистов оценка бизнеса - это прежде всего оценка способности компании производить поток доходов в будущем, устойчивый рост которого приводит к росту рыночной стоимости собственного капитала компании независимо от сферы бизнеса.

По нашему мнению, оценка стоимости бизнеса - это адекватное отражение эффективности инвестиций и отдачи на вложенные средства в конкретные бизнес-единицы при сохранении текущих условий хозяйствования.

Анализ состояния рынка оценщиков Владимирской области показал, что в регионе в настоящее время не существует достаточного количества фирм, имеющих надежную репутацию и хорошую историю развития, а также обладающих определенным запасом финансовой прочности, необходимой при ухудшении рыночной конъюнктуры. Приходится констатировать, что существующие на региональном рынке опыт и методология предоставления услуг по комплексной оценке бизнеса недостаточны.

Заимствованные в основном из экономически развитых стран методики оценки подходят прежде всего для крупных предприятий и организаций нефтяной и газовой отраслей экономики. Для большинства предприятий области данные методики не приемлемы. В случае масштабного проникновения на рынок московских структур, многие региональные компании будут вынуждены либо демпинговать, либо уходить с рынка. В этой ситуации единственный вариант развития - укрупнение и диверсификация деятельности этих фирм путем вхождения оценщиков во Владимирскую областную организацию специалистов по управлению и экономике, которая объединяет в своих рядах консалтинговые и аудиторские фирмы, антикризисных управляющих, частных консультантов по управлению, экономике и организационному развитию.

Нишей развития региональных компаний-оценщиков является стабильно развивающийся малый и средний бизнес Владимирской области. В ближайшее время для всех оценщиков области очень важно четко установить корпоративные стандарты, обязательные к исполнению всеми компаниями, более отдаленная перспектива - это введение рейтинга надежности компаний, функционирующих на территории области.

Актуальный вопрос, требующий серьезной проработки - это стоимость работ по оценке, доступность расценок для предприятий малого и среднего бизнеса. В этой связи необходимо развивать взаимодействие оценщиков и со страховыми компаниями (принимают на себя часть финансовой ответственности за достоверность предоставленного клиенту заключения) и с финансово-консалтинговыми группами (гарантируют на-

дежность потенциального инвестора, сохранение существующего уровня социальных обязательств после смены собственника).

Современный этап развития экономики РФ характеризуется процессом консолидации активов во многих отраслях и созданием мощных финансово-промышленных групп, которые готовы к вложению значительных финансовых ресурсов в приобретаемые бизнес-субъекты, но требуют серьезных гарантий возврата вложенных средств. В свою очередь, руководство многих предприятий хочет получить инвестиции, но не готово полностью передать контроль над принадлежащим ему предприятием.

Противоречивый характер инвестирования, обозначенный выше снимается, если происходит приобретение пакета акций, не превышающего 50 %. Очевидно, что для подобного рода сделок требуются серьезные гарантии не только со стороны государства, но и со стороны финансовых и страховых институтов. В этой связи еще раз следует подчеркнуть актуальность объединения в одну ассоциацию оценщиков, финансовых, консалтинговых и страховых структур. Актуальность данной идеи подчеркивается ожидаемым вступлением России в ВТО и либерализацией фондового рынка, что требует реформирования всего механизма инвестирования и предъявляет новые требования к участникам рынка. Ввиду больших рисков и неразвитости рынка оценщиков государство само по себе не может взять всю нагрузку по формированию и развитию рынка оценочных услуг, т.е. необходимы ассоциации, сообщества.

Особенно актуальна их роль в формировании системы критериев приема новых членов и установлении жестких внутренних стандартов, обязательных к исполнению, что положительным образом должно сказаться на качестве оказываемых услуг, поскольку качественная коммуникационная инфраструктура в той или иной отрасли экономики означает ориентацию на объективное восприятие риска всего бизнеса и всей отрасли в целом.

Главное конкурентное преимущество владимирских компаний-оценщиков - низкая стоимость и массовость. В этом ключ к привлечению инвестиций, к формированию эффективного перетока финансовых ресурсов в наиболее рентабельные отрасли экономики.

А.А. Марченко, Н.Н. Худякова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА СТЕКЛОТАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

В последние годы производство стеклянной тары в РФ имеет устойчивую тенденцию к росту. В первую очередь это связано с увеличением объемов отечественного производства пива, водки, ликероводочных и

парфюмерно-косметических изделий. Возросший спрос на стеклянную тару активизировал строительство новых предприятий и техническое перевооружение старых заводов, оснащение их современным оборудованием. По данным таможенной статистики, в 2000 г. по сравнению с 1998 г. затраты предприятий на закупку зарубежного оборудования для производства стеклотары увеличилось в 2,4 раза. В результате четвертый год подряд наблюдается увеличение объемов пищевой (банка, бутылка), медицинской и парфюмерно-косметической тары. По данным Госкомстата, в 2000 г. в России было произведено 6,16 млрд шт. различных видов стеклянной тары 626 % к уровню 1998 г. При этом выпуск бутылок в 2000 г. по сравнению с 1998 г. увеличился в 1,42 раза, банок - 1,47 раз, аптекарской посуды - 1,31 раза, тары для парфюмерно-косметической промышленности - в 2,29 раз.

Анализ приведенных данных показывает, что основное производство стеклотары сконцентрировано в Центральном Федеральном округе, доля которого в общероссийском объеме производства всех видов стеклотары, достигает 55 %. Наибольший вклад в изготовление стеклянных бутылок вносят Владимирская и Тверская области. По данным официальной статистики, в этих регионах в 1998 г. было соответственно произведено 561 и 145 млн шт. бутылок, а в 2000 г. - 699. и 253 млн шт.

По объему выпуска консервной стеклотары лидирует Южный Федеральный округ, где пальма первенства принадлежит Волгоградской области. По данным Госкомстата, в этой области в 1998 г. было изготовлено 269, а в 2000 г. - 370 млн шт. консервной стеклотары (в пересчете на 0,5 банку). Крупнейшим производителем стеклянных банок является «Камышинский стеклотарный завод».

Производство стеклянных флаконов и баночек для упаковки косметики активно развивается пока в двух федеральных округах. По данным Российской парфюмерно-косметической ассоциации (РПКА), спрос на данный вид упаковки удовлетворяется лишь на 40 %. Необходимо отметить, что летом 2001 г. в Московской области было введено в эксплуатацию новое стекольное предприятие ЗАО «Клинстеклотара» для изготовления парфюмерной тары (до 150 млн шт.).

Объем выпуска пищевой стеклотары в России продолжал увеличиваться, с января по сентябрь 2001 г. За это время в РФ было изготовлено 3384,4 млн бутылок и банок, или соответственно на 22 и 8 % больше, чем за соответствующий период предыдущего года.

Последние годы рост отечественного производства стеклотары определяется в основном увеличением выпуска бутылок, доля которых в суммарном производстве пищевой стеклотары достигла 81,5 % (для сравнения - 10 лет назад доля бутылок не превышала 60 %). По оценкам экспертов, ежегодная потребность в бутылках составляет 8-10 млрд шт. раз-

витие отечественной стеклотарной промышленности в последние годы дает надежды на удовлетворение требуемого спроса на стеклянную упаковку, но пока этот недостаток восполняется за счет оборотной тары, объем которой ежегодно падает, и ввоза зарубежной стеклотары, объем которого пока растет.

С января по сентябрь 2001 г. РФ закупала стеклянную тару, произведенную в 43 странах.

2000 г. увеличение закупок стеклотары на 73 % в натуральном выражении по сравнению с 1998 г. произошло за счет ввоза более дешевой тары из Украины (в 4,6 раз) и Польши (в 1,9 раз), в результате чего выросли стоимостные составляющие данных стран в общем объеме импорта соответственно до 25 и 24 %.

В настоящее время наиболее крупными отечественными производителями рынка первичной стеклотары считаются Холдинг «РКМ», объединяющий ЗАО «Кавминстекло», «Камышинский стеклотарный завод» и завод «Ситалл»; ООО «РАСКО», «Стеклохолдинг, Можгинский завод «Свет». Несмотря на растущий спрос на стеклянную тару, у производителей стеклянных бутылок есть свои проблемы, связанные с повышением качества стекла и стеклянной тары и необходимостью модернизации производственных линий (вследствие жесткой конкуренции на рынке пива, его производители стремятся улучшить качество не только продукта, но и упаковки), задержкой оплаты продукции клиентами и т.д.

Производство стеклянной тары, учитывая потенциал рынка, его структуру, уже несколько лет является перспективным для инвестиций. Остается надеяться, что стеклянная тара отечественных заводов в скором времени сможет составить достойную конкуренцию импортным аналогам.

В. А. Мошнов, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ОПТИМИЗАЦИЯ ДОЛИ РЫНКА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Достижение высокой конкурентоспособности товаропроизводителей производственных отраслей России должно стать приоритетом экономической политики страны, так как их успешное функционирование является необходимым условием национальной безопасности, включая оборонный и экономический аспекты, повышение жизненного уровня населения страны, насыщение внутреннего рынка и обеспечение успешного интегрирования Российской Федерации в мировой экономический процесс.

Конкурентоспособность, как обобщенная экономическая категория, характеризует складывающуюся экономическую ситуацию на товарном

рынке в условиях свободной конкуренции, включая отношения между двумя субъектами – товаропроизводителем и потребителем по поводу объекта – товара (услуги).

Достичь конкурентных преимуществ и укрепить свои позиции предприятие может за счет:

- обеспечения более низких издержек на производство и сбыт товара;
- обеспечения незаменимости продукта с помощью дифференциации.

Дифференциация означает способность фирмы предложить покупателю товар, обладающий большей ценностью, т.е. большей потребительской стоимостью. Дифференциация позволяет устанавливать более высокие цены, что дает большую прибыль.

Помимо этого перед предприятием, стоит задача: на каком «по ширине фронта» рынке конкурировать: на всем рынке или на какой-либо его части (сегменте). Этот выбор можно осуществить, используя зависимость между долей рынка и рентабельностью фирмы.

Фирмы, не обладающие возможностями для завоевания лидерства на рынке, должны сконцентрировать свои усилия на определенном сегменте и стремиться увеличивать там свои преимущества по отношению к конкурентам.

Успеха добиваются крупные фирмы с большей долей рынка, а также относительно небольшие узко специализируемые предприятия. Стремление небольших предприятий дублировать поведение крупных фирм, не считаясь со своими реальными возможностями, приводит к негативным последствиям - к утрате конкурентных позиций.

Чтобы добиться успеха таким предприятиям необходимо следовать правилу: «Сегментируй рынок. Сужай производственную программу. Добивайся и сохраняй максимальную долю на минимальном рынке».

Размер оптимальной доли рынка регламентируется совокупностью объективных и субъективных факторов. А именно, в соответствии с действующим законодательством государство в рамках антимонопольного регулирования устанавливает предельные значения концентрации производства в руках отдельного товаропроизводителя (65 %). Превышение этого уровня влечет за собой применение санкций и принудительного ограничения деятельности отдельного товаропроизводителя на конкретном рынке.

С другой стороны необходимо учитывать характер и тенденции развития самого товарного рынка либо отрасли, поскольку изначально благоприятная ситуация растущего рынка стимулирует к появлению на нем новых конкурентов. Причем чем выше темпы прироста отрасли, тем более привлекательны перспективы для крупного бизнеса.

В качестве субъективных факторов выступают внутренние ресурсы и особенности самого хозяйствующего субъекта. Поскольку сохранение и

укрепление конкурентных позиций на рынке, как правило, сопровождаются необходимостью привлечения дополнительных ресурсов, которые направляются либо на снижение издержек (тем самым формируются более сильные позиции в рамках ценовой конкуренции), либо на предложении уникальной продукции. И то и другое характеризуют собой внутренние возможности предприятия по созданию высоких входных барьеров.

Следовательно, установление приемлемой или оптимальной доли рынка контролируемой хозяйствующим субъектом характеризует собой процесс поиска компромиссного решения обусловленного совокупностью объективных и субъективных факторов влияющих на количественную меру доли рынка, занимаемую предприятием.

М.Б. Никишина, АТиСО, г. Москва, Россия

## **ПРЕОДОЛЕНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ РАЗЛИЧИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРЕ АУДИТА**

Сегодня большинство аудиторских фирм рассматривают свой кадровый потенциал как наиболее ценный капитал фирмы, так как он представляет собой важнейший компонент любого бизнеса. С этим связано повышенное внимание руководства компаний к отбору и найму сотрудников, проведению контроля за их обучением, оценке их профессиональной деятельности и установлению соответствующих размеров оплаты труда.

В последнее десятилетие этот процесс усложняется и приобретает стратегический характер. В связи с необходимостью эффективного подбора, расстановки и управления трудовыми ресурсами перед многими аудиторскими компаниями встают сложные вопросы: как правильно планировать потребности в персонале; как привлекать высококвалифицированные кадры в условиях резкого снижения их предложения; как организовать подготовку, переподготовку и повышение квалификации, и многие другие. В этой ситуации от менеджеров компаний требуется умение правильно принимать решения в области кадровой политики, планировать потребности компании в рабочей силе, отбирать квалифицированных сотрудников, создавать условия для повышения производительности труда в компании. Можно с уверенностью говорить о том, что в разных территориальных образованиях страны накоплен свой опыт управления персоналом, совершенно различается уровень профессионализма аудиторов и вспомогательного персонала.

В связи с этим обостряется проблема стандартизации в подборе и оценке персонала в аудиторские компании. Мы видим ее решение не только в упорядочении соответствующей нормативной базы, но и в большей системности управления персоналом в данной сфере. Мы рассматриваем

все трудоспособное население как совокупного работника и выделяем следующие уровни его расширенного воспроизводства: формирование, использование, развитие, высвобождение. Для удобства управления этими процессами обычно выделяют следующие уровни управления: а) государственный; б) региональный; в) отраслевой; г) корпоративный. Мы предлагаем рассматривать персонал на а) макроуровне (регион или отрасль); б) мезоуровне (крупные и средние фирмы); в) микроуровне (малые фирмы).

Управление персоналом должно повсеместно стать важной частью планирования работы аудиторской фирмы и должно обязательно включать в себя процедуры по подбору и расстановке специалистов для проведения аудита конкретного клиента. В результате, должна появиться уверенность, что работа будет выполнена специалистами, имеющими достаточный уровень подготовленности и требуемую степень профессионализма. Необходимо придерживаться общего правила: чем больше опыт работы персонала, привлекаемого для аудита, чем выше степень его подготовки, тем меньшая мера контроля за работой коллектива, состоящего из таких специалистов, необходима в ходе самой проверки.

Для достижения баланса между потребностью в специалистах, уровнем их подготовленности и профессионализма — опыта работы — должны приниматься во внимание следующие факторы: объемы и стоимость работ по каждому направлению; наличие необходимых специалистов; необходимый уровень подготовки специалистов; временные рамки аудита; необходимость периодической ротации персонала; возможность повышения квалификации персонала в ходе выполнения работ (*on-job training*).

Подбор и расстановка специалистов для каждого клиента должна производиться аудитором, ответственным за работу с данным клиентом, так, чтобы он мог оценить уровень квалификации, опыт и подготовленность специалистов, степень соответствия их для выполнения поставленных задач. Опыт и степень подготовленности специалистов должны оцениваться во взаимосвязи со стоимостью аудита и должны удовлетворять желаемому уровню контроля за их работой.

А.В. Николенко, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В МАРКЕТИНГЕ**

На принятие управленческих решений в маркетинге непосредственное влияние оказывает окружающая среда маркетинговой деятельности предприятия, которая включает потребителей продукции, конкурентов, поставщиков, посредников, политическую и экономическую конъюнктуру и ряд других факторов.

К числу факторов внутренней среды, влияющих на принятие решений в области маркетинга, относятся кадровый потенциал предприятия, система управления, организационная культура, обеспеченность финансовыми ресурсами, состояние производственных фондов.

Одна из основных проблем при принятии маркетингового решения – снижение уровня неопределенности в процессе его разработки. Неопределенность при принятии маркетингового решения объясняется такими причинами, как отсутствие полной информации, возникновение случайных факторов, противодействие конкурентов и т.д. Чем выше неопределенность, тем выше возможность получения убытка, т.е., тем выше риск от принятого маркетингового решения.

Одним из основных факторов при управлении маркетинговым риском является информация. Она может включать данные о спросе на товар, ценах, конкурентоспособности продукции, финансовых ресурсах.

В эффективно функционирующей службе маркетинга должна быть хорошо поставлена работа с информацией, начиная от получения необходимой информации, ее анализа, систематизации и отбора для использования при принятии решений и кончая передачей информации во внешнюю среду.

Маркетинговая деятельность по своей природе всегда связана с поиском оптимального решения в процессе взаимодействия производителя и потребителя. Поэтому большую часть маркетинговых решений следует отнести к классу сложных управленческих решений. Сложность маркетинговых решений обусловлена следующими моментами: их принятие может привести к неоднозначным результатам; их оптимизация должна проводиться по многим критериям оптимальности в связи с многоаспектностью маркетинговой системы; связи, которые должны быть формализованы при принятии решения, являются стохастическими; результат принятия решения, как правило, проявляется не сразу.

В качестве цели маркетингового решения могут, например, выступать прибыль, объем продаж, доля рынка, имидж фирмы.

Процесс принятия маркетинговых решений – достаточно сложная по процедуре задача, которая решается с помощью теории принятия решений, системного анализа и исследования операций. Эффективность решения маркетинговых задач зависит от привлечения современных технологий разработки решений, наличия автоматизированных систем поддержки и сопровождения принимаемых решений, налаженной системы привлечения и использования экспертов.

Повышению обоснованности принимаемых в маркетинге решений способствует применение специально разработанных моделей. Как правило, модели применяются в стратегическом маркетинге, т.е. они используются для правильного выбора стратегических маркетинговых решений.



Сущность применяемых в маркетинге моделей состоит в том, что они отражают позиции конкретного вида бизнеса в стратегическом пространстве, определяемом координатными осями. На основе анализа стратегических позиций представляется возможным выявление перспективных направлений маркетинговой политики предприятия.

Применяемые модели обладают многими достоинствами. Они помогают менеджерам развивать стратегическое мышление, глубже понять экономику конкретного вида бизнеса, улучшить качество планов, более обоснованно принимать решения о ликвидации «безнадежных» направлений деятельности предприятия и о дополнительном финансировании перспективных.

Однако использование моделей в маркетинге требует повышенной осторожности. Уделяя чрезмерное внимание перспективам развития бизнеса, можно упустить из вида решение текущих проблем. Существенным недостатком данных моделей является использование в них усредненных показателей. Это может привести к неточному выбору стратегии бизнеса. Кроме этого, данные модели не отражают взаимодействия различных видов бизнеса внутри одной фирмы. Следует также отметить недостаточную адаптированность моделей стратегического маркетинга к российским условиям.

Однако в целом применение моделей в маркетинге способствует развитию аналитических и стратегических навыков менеджеров, решения которых в настоящий момент часто носят достаточно субъективный характер.

И.А. Новоселова, М/ф ВлГУ, г. Муром, Россия

## **СОСТОЯНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА И НЕОБХОДИМОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ЕГО РАЗВИТИЯ**

В условиях переходного периода и нарушения производственно-хозяйственных связей между предприятиями, предпринимательство как важная часть преобразований экономических институтов, играет важнейшую роль. В России малый бизнес пока еще имеет достаточно высокий потенциал, дающий возможность приспособливаться к быстро меняющимся условиям внешней среды. Необходимость оказывать всяческое содействие со стороны исполнительной и законодательной власти не вызывает сомнения. Анализ интегрированных показателей, характеризующих состояние малых и средних предприятий (МСП) в разных странах показал (см. таблицу), что российский малый бизнес в современных условиях отстает по всем направлениям, что также указывает на необходимость государственной поддержки малого предпринимательства.

Страны	Кол-во	Кол-во	Занято в	Доля МСП в	Доля
--------	--------	--------	----------	------------	------

	МСП (тыс)	МСП на 1000 жителей	МСП (млн чел)	общей числен- ности занятых (%)	МСП в ВВП, %
Великобритания	2630	46	13.6	49	50-53
Германия	2290	37	18.5	46	50-52
Италия	3920	68	16.8	73	57-60
Франция	1980	35	15.2	54	55-62
Страны ЕС	15770	45	68	72	63-67
США	19300	74.2	70.2	54	50-52
Япония	6450	49.6	39.5	78	52-55
Россия	844	5.65	8.3	13	10-11

Правительство РФ подготовило Федеральную программу государственной поддержки малого предпринимательства на 2003 – 2005 гг. Действовать новая правительственная программа начнет в 2003 г. В программе, в частности, изменены приоритеты государственной политики по поддержке малого предпринимательства. Теперь основное бремя ляжет на региональные власти, которые будут отвечать и за распределение налогов от малого предпринимательства. В 2002 г. из федерального бюджета на поддержку малого предпринимательства выделено около 20 млн руб. (в 2001 г. было 90 млн руб.). По данным МАП РФ, в России в малом бизнесе задействовано около 5 млн. чел., в том числе более 4 млн — предприниматели без образования юридического лица (ПБОЮЛ). По итогам 2001 г. количество МП, по данным Госкомстата РФ, снизилось на 1,27 % (с 890,6 тыс. до 879,3 тыс.). Больше всего МП в Москве (20,5 % от общего количества), в Санкт-Петербурге — 12,4 %, в Московской области — 5,3 % и в Самарской области — 3,2 %. При этом московское правительство направило в 2001 г. на поддержку предпринимательства 500 млн руб., что больше общероссийского уровня почти в 5,6 раз. Некоторые регионы вообще ничего не выделяют на эти цели. Однако даже в Москве по итогам 2001 г. на каждое МП пришлось около 2800 руб. Как правило, даже эти небольшие средства распределяются по «нужным» предприятиям.

Ситуация же с малым бизнесом в целом довольно плачевная. Количество занятых в малом бизнесе в развитых странах составляет от 50 - 60 % всех рабочих мест в стране, в то время как в России их менее 20 %. В развитых странах соотношение малого бизнеса в сферах торговли, инноваций и производства составляет 20, 40 и 40 % соответственно. В России же в инновационной сфере занято всего 3,5 %, в производственном секторе — 30 %, а все остальное приходится на торговлю, доля которой постоянно растет. В мировой экономике на долю малого бизнеса приходится более половины производимой продукции и услуг. В России же его доля не превышает 10 % ВВП.

Ситуация критическая: сложная система налогообложения и ведения учета, недоступность кредитных ресурсов, давление со стороны криминального мира, произвол чиновников на всех уровнях. Число малых предприятий в России снизилось, причем эта тенденция наблюдается в большинстве отраслей и должна заставить правительство бить тревогу. Государственные программы не работают и нужны принципиально иные подходы. С 1 января 2003 г. введен новый порядок налогообложения малого бизнеса, который, по мнению правительства, позволит примерно в 2-3 раза снизить налоговую нагрузку на налогоплательщиков, занятых в этой сфере. Во Владимире 30 тыс. предпринимателей занимаются малым бизнесом. В 2002 г. в городскую казну поступило более 94 млн руб. (для сравнения в 2001 г. - 95 млн руб.), что составило почти 10 % городского бюджета. На сегодняшний день на малых предприятиях Владимира трудится около 67 тыс. человек. В целях реализации Программы государственной поддержки предпринимательства по решению администрации Владимирской области в 2001 г. были выделены финансовые средства в виде бюджетного кредита в объеме 1,5 млн руб.

Дальнейшие мероприятия в этом направлении позволят содействовать формированию в области мощного социального слоя активных собственников, развитию здоровой конкуренции на рынке и ориентированию производителя на потребителя, что в целом окажет положительное воздействие на развитие региона.

Н.Н. Ползунова, ВлГУ, Г. Владимир, Россия

## **УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ НА ОСНОВЕ СОЗДАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ СЛУЖБ**

Реализация системного управления конкурентоспособностью продукции в современных условиях возможна только лишь при наличии адекватного организационно-экономического механизма. Подобный механизм имеет своей целью обеспечить выработку и эффективные целенаправленные воздействия на внутренние условия производства, от которых сегодня зависит уровень конкурентоспособности продукции. Среди вышеупомянутых воздействий выделяются субъективные и объективные условия влияния.

Особое место в субъективных условиях занимает накопленный уровень квалификации персонала, а так же профессиональное мастерство и знания. Достаточный уровень конкурентоспособности продукции говорит о высоком профессионализме и квалификации работников предприятия.

В современных условиях интеллектуальный разрыв между имеющими и не имеющими доступ к современным информационным и коммуникационным технологиям постоянно увеличивается.

Поэтому, одним из направлений адаптивной реакции предприятия на проблемы подобного типа является создание информационно-аналитической службы и осуществление на её основе комплекса мер по созданию предпосылок повышения конкурентоспособности предприятия через максимальное задействование экономических ресурсов.

В функции данной службы вменяется:

- агрегирование информации, необходимой для проектирования, производства, эксплуатации и сбыта конкурентоспособной продукции. Это обстоятельство определяет экономическую независимость предприятия.

- объединение имеющихся информационных массивов сферы производства, учета, анализа и логистики.

- формирование линии поведения, то есть выработка рекомендаций по поведению в ситуации, развивающейся по одному из предполагаемых сценариев.

В основу деятельности информационно-аналитической службы должна быть положена информационная система, создающая предпосылки для адаптации информационных массивов любых организаций (в том числе и корпоративных систем), обеспечивающая проведение анализа и прогнозирование функционирования жизнедеятельности предприятий (в том числе и корпораций), максимальную рациональность использования экономических ресурсов в условиях их ограниченности, в том числе и за счет развития НТП.

Предпосылками организации данной службы на предприятии являются следующие моменты:

- неотвратно увеличивающийся технологический разрыв производства отечественных товаропроизводителей от уровня развитых стран, в том числе и в информационной сфере, предопределяет низкую эффективность функционирования производственной сферы.

- не существует возможности реально увеличить доход предприятия, а следовательно и благосостояние его сотрудников, без увеличения скорости обращения денежных средств.

- отсутствие активной государственной промышленной политики не способствует снижению уровня отставания производства хозяйствующих субъектов относительно уровня развитых стран, и как следствие, способствует низкой производительности отечественных товаропроизводителей.

Создание информационно-аналитической службы может рассматриваться как первый шаг на пути к созданию центра согласования существующих слабо связанных информационных потоков на предприятии.

Ал. Е. Ратникова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **УМЕНЬШЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ – ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РОСТА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Среди отраслей экономики Владимирской области наибольший удельный вес составляет промышленность. Будущее региона зависит от эффективного развития именно этой отрасли. Однако, финансовое состояние многих промышленных предприятий Владимирской области является неудовлетворительным. Одной из важнейших причин такой ситуации является рост дебиторской задолженности этих фирм. Это способствует перемещению денежных средств промышленных предприятий из материальной сферы в финансовую, что приводит к нарушению механизма обращения капитала. Из оборота предприятий извлекается значительный объем оборотных средств, которые возвращаются фирмам через значительный промежуток времени или не возвращаются совсем.

Для повышения эффективности управления дебиторской задолженностью промышленных предприятий необходимо:

1. Осуществлять жесткий контроль за состоянием расчетов с покупателями по просроченным задолженностям.
2. Ориентироваться на значительное число покупателей, чтобы уменьшить риск неплатежей сразу нескольких клиентов.
3. Применять скидки при предоплате, так как инфляция способствует потере части стоимости реализованного товара. Размер скидок необходимо увеличивать, если прибыль от ускорения инкассации больше, чем возмещение потерь от роста скидки. Важно учесть, что некоторые предприятия вычитают скидку независимо от того, соблюдают ли они дату расчета.
4. Применять факторинг и векселя при расчетах.
5. Анализировать кредитоспособность каждого нового покупателя. На 1 этапе необходимо получить информацию о кредитоспособности нового клиента. Источниками такой информации могут быть: а) финансовые отчеты покупателей. Если предприятие отказывается предоставить финансовый отчет, то скорее всего его финансовое положение неустойчиво. Для анализа необходимы также отчеты аудиторских проверок предприятий и их промежуточные финансовые отчеты. б) анализ кредитоспособности клиентов, полученный от коммерческих агентств. в) сведения банка, в котором находится счет клиента. К ним относится информация: о средних остатках наличности покупателя, его ссудных операциях и другая финансовая информация. Данный запрос лучше осуществлять через свой банк, так как экономические институты охотнее обмениваются информацией друг с другом. г) сведения предприятий, продающих продукцию этому же клиенту. д) сведения различных служб предприятия, связанных определенными отношениями с клиентами. Можно получить информацию о ско-

рости прежних платежей клиента, о качестве управления предприятием-дебитором и др. На 2 этапе проводится анализ полученной информации для определения кредитоспособности клиента. Проводится оценка: ликвидности средств заемщика и его способности вовремя платить по векселям, среднего платежного периода покупателя, его финансовой устойчивости, характера деятельности предприятия и управления им, вероятности несвоевременного платежа и риска невозврата кредита. На 3 этапе принимается решение о предоставлении кредита покупателю. На этом этапе определяется максимальный размер возможного кредита.

6. Периодически проводить ретроспективный анализ дебиторской задолженности, чтобы установить исторические и плановые тенденции. Это поможет определить достоинства и недостатки текущей политики предприятия в области управления дебиторской задолженностью.

7. Делегировать ответственность за сбор дебиторской задолженности агентам по продажам.

8. Выплачивать премии работникам службы сбыта за отсутствие просроченных задолженностей.

9. Проводить грамотную инкассационную политику. Чем больше количество используемых предприятием методов инкассации, тем меньше доля потерь по безнадежным долгам. Если начать проводить инкассационные мероприятия слишком рано, это может обострить отношения с добросовестными клиентами, которые по каким-то причинам не смогли осуществить платеж вовремя.

Последовательность инкассационной политики предприятия следующая: сначала посылается письмо, далее следуют и другие письма, все более серьезные по тону. Следующий шаг - телефонный звонок начальника кредитного отдела предприятия. Далее следует звонок от уполномоченного представителя предприятия. В случае неудачи счет клиента передается в агентство по инкассации. Далее можно осуществить прямые юридические действия. Хотя этот шаг может побудить должника признать свою неплатежеспособность. Если платеж не может быть осуществлен покупателем, необходимо найти компромиссное решение.

Таким образом, данные мероприятия могут способствовать снижению дебиторской задолженности промышленных предприятий, что приведет к улучшению их финансового состояния и совершенствованию экономических отношений в регионе.

Ан. Е. Ратникова, Ал. Е. Ратникова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА ИНФОРМАЦИЮ В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Деятельность хозяйствующих субъектов должна быть направлена на качественное удовлетворение многочисленных потребностей потребителей. На практике зачастую наблюдаются неоднократные нарушения прав потребителей путем предоставления им не качественных, а иногда и не безопасных товаров (услуг).

Наиболее распространенным нарушением прав потребителей является предоставление потребителям ненадлежащей информации об изготовителе (исполнителе, продавце) и товарах (работах, услугах).

Так, в 1998 г. территориальными управлениями ГАК России было выявлено 20991 нарушение прав потребителей при предоставлении им информации. В 1995 г. эти нарушения составили 13 %, в 1996 г. – 32 %, в 1997 г. – 41 % от всех нарушений. От 43 % до 90 % от общего количества выявленных нарушений по предоставлению информации составило отсутствие документального подтверждения происхождения товаров.

Наиболее высокий процент нарушений при предоставлении информации отмечается в сфере гостиничного обслуживания, медицинских услуг, туристско-экскурсионных услуг, торговли, общественного питания.

Нарушение права потребителя на информацию влечет и уголовную ответственность. Так, статья 200 УК РФ в качестве одного из видов обмана потребителей выделяет введение потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств и качеств товара (работы). Причем данное преступление является самым распространенным обманом потребителей. Это, главным образом, связано с нежеланием предпринимателей и продавцов терпеть убытки от списания некачественного товара, срок годности которого истек.

Согласно данным пресс службы УВД Владимирской области во Владимирской области самым распространенным обманом потребителей является продажа продуктов питания с истекшим сроком годности. Так в период с 1.10.02 г. по 16.12.02 г. было зарегистрировано 87 случаев обмана потребителей, из которых 40 - продажа продуктов питания с истекшим сроком годности.

Несмотря на высокий процент таких нарушений исследование данной проблемы далеко не достаточно. Это ведет к затруднениям при квалификации данных преступлений. Так, на сегодня не существует однозначной теоретической позиции об объективной стороне введения в заблуждение относительно потребительских свойств или качества товара. С точки зрения д-р юр. наук, профессора А.Э. Жалинского, введение в заблуждение относительно потребительских свойств или качества товара совершается путем передачи заведомо искаженной информации в целях воздействия на принятие решения покупателем. По мнению А.П. Кузнецова, В.С. Устинова, введение в заблуждение относительно потребительских свойств и ка-

честв товара (услуги) имеет место при не сообщении потребителю информации, о том, что ему продается товар (оказывается услуга) более низкого потребительского свойства по сравнению с теми свойствами или тем качеством, которые должны быть присуще (в соответствии с соглашением) продаваемому товару (оказываемой услуге). В то же время обе эти оценки могут быть квалифицированы как введение в заблуждение относительно потребительских свойств и качеств товара (услуги).

Для уменьшения нарушений прав потребителей на информацию необходимо предпринять следующие меры:

1. Привести в соответствие п и принять новые нормативно-правовые акты, регулирующие отношения в данной сфере. Основное внимание уделить более детальной разработки понятийной базы, а также ужесточению санкций за данные нарушения.

2. Регулярно привлекать представителей общественности и общественные организации для осуществления постоянного контроля за ситуацией на рынке. На основе данных проверок публиковать в официальных изданиях списки злостных нарушителей прав потребителей.

3. Увеличить выпуск специальной литературы, посвященной данным вопросам, а также выпуск популярной литературы, предназначенной для широкого круга читателей, разъясняющей применение данных норм.

4. Увеличить количество передач на радио и телевидении с участием специалистов разных областей знаний, которые необходимы в данной сфере.

Итак, эффективная реализация права потребителя на информацию приведет не только к качественному удовлетворению потребностей потребителей, но и увеличению прибыли хозяйствующих субъектов, развитию и процветанию добросовестной конкуренции в России.

С.М. Рузевич, ВГПУ, г. Владимир, Россия

## **МЕТОДИКА АВТОМАТИЗИРОВАННОГО РАСЧЕТА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ ПРИ ОПЕРАТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Ключевой задачей оперативного планирования производственного процесса изготовления изделий является своевременное удовлетворение потребности клиента, заказчика. При согласовании с заказчиком сроков поставки продукции, ее цены должны быть учтены возможности предприятия – производственные мощности, трудовые и материальные ресурсы. Поэтому необходимо решать задачу планирования с учетом реальных на данный период времени мощностей предприятия для того, чтобы выполнить заказ в соответствии с ассортиментом и объемом изделий в установленные сроки при возможно минимальных трудовых и материальных за-



тратах и оптимальной загрузке оборудования. Автоматизация процесса расчета производственных мощностей необходима для быстрого принятия обоснованных управленческих решений. Это объясняется прежде всего частой сменой заказов со стороны рынка, производством на одном оборудовании большого числа различных изделий, большими временными затратами при «ручном расчете» требуемых производственных мощностей. Моделирование процесса планирования на ПК позволяет быстро получить объективную информацию и уменьшить влияние субъективных факторов.

Предлагаемая методика автоматизированного расчета производственных мощностей состоит из этапов: формирования базы данных; ввода в базу данных структуры производственных подразделений предприятия; построения технологической схемы производства продукции (изделие-деталь-операция); создания непосредственно программы для автоматизации расчета нормативной производственной мощности объектов производства.

Когда номенклатура выпускаемых цехом изделий сравнительно не велика то целесообразно вести расчет производственных мощностей на его участках по предметному признаку. В этом случае количество изделий, которые возможно произвести в данном цехе, можно узнать, рассчитав приведенную программу к изделиям-представителям.

Когда цех выпускает большую номенклатуру изделий, как, например, в штамповочном цехе, то здесь целесообразно рассчитывать производственные мощности по характеристикам оборудования, в частности в нашем примере по усилиям прессов. И здесь целесообразно расчет производственной мощности участка для упрощения вести на средневзвешенное изделие.

Производственная мощность механического цеха устанавливается путем сопоставления данных по производственной мощности его отдельных участков, линий и т.п., ориентируясь при этом по пропускной способности ведущих участков и линий.

При расчете производственной мощности по приведенной программе результаты расчетов выражены в изделиях-представителях. Поэтому эти результативные данные пересчитываются применительно к первоначально заданной номенклатуре изделий.

При расчете производственной мощности по средневзвешенному изделию сначала производится пересчет от средневзвешенного изделия к изделиям-представителям, а затем от изделий-представителей к изделиям по заданной программе.

Р.Н Румянцева, С.С Костромина, г. Владимир, Россия.

## РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ВЭМЗ»)

В современных условиях усилилась тенденция к передаче важных стратегических функций на уровень основного производственно-хозяйственного звена (предприятия). Это обусловлено в значительной степени стремлением к обеспечению более быстрого и гибкого реагирования на изменения рыночных условий, благодаря использованию компьютерных средств информации позволяющих принимать в кратчайшие сроки обоснованные оперативно-хозяйственные решения.

Реализация рыночной стратегии предприятием предполагает определенный выбор средств и методов достижения поставленных целей; выбор целевых рынков, методов и времени выхода на них; определение перспективной эффективности производства и сбыта путем разработки стратегических программ маркетинга.

Проблемой предприятия зрелой отрасли, к которым относится ОАО «ВЭМЗ» являются низкие издержки, дифференциация продукции и т.д. Оживление зрелых отраслей может произойти только с помощью внедрения новшеств или использования новых смелых стратегий. Так в настоящее время на ОАО «ВЭМЗ» происходит спад производства из-за отсутствия заказов в следствии увеличения конкуренции с АО ЯЭМЗ г. Ярославль. В результате сравнительного анализа технических характеристик и исследования внешних рынков сбыта выявлено, что продукция ОАО «ВЭМЗ» соответствует техническим условиям и международному стандарту МЭК 34-1, что подтверждает сертификат авторитетной британской фирмы-аудита *Lloyd's Register*. Система управления качеством, внедрения на ОАО «ВЭМЗ», сертифицирована на основе международного стандарта *ISO 9001*. По техническим характеристикам владимирские двигатели превосходят многие зарубежные аналоги, предприятие удерживает большое внимание использованию ресурсосберегающих технологий. Тем не менее, финансовое состояние предприятия, его устойчивость и стабильность зависят от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности; от грамотной маркетинговой стратегии.

Однако основная цель маркетингового анализа - изучение спроса на продукцию и формирование портфеля заказов, от этого зависят производственная мощность предприятия, степень ее использования в процессе дальнейшей деятельности и т. д.

Маркетинговые исследования показывают, что у предприятия есть возможность увеличить объем производства профильных видов продукции за счет некоторого снижения цены.

Так, реагируя на рынок, на изменение спроса предприятие снимает производство электрообогревателей и увеличивает долю электродвигате-

лей и изделий из кремнийорганической резины. Задача предприятия выбрать правильную стратегию, направленную на финансирование «трудных детей», которые в ближайшее время могут стать «звездами», способными обеспечить долгую жизнь предприятию и «дойных коров» которые могли бы финансировать «трудных детей». На ОАО «ВЭМЗ» «звездами» являются электродвигатели и изделия из кремнийорганической резины, приносящие наибольшую прибыль и имеющие высокий уровень доходности.

Что касается ценовой политики, то анализ уровня цен, проведенный на ОАО «ВЭМЗ» показывает, что предприятие могло бы проводить более гибкую ценовую политику на внутреннем рынке.

ОАО «ВЭМЭ» в перспективе необходимо:

1. Разработать грамотную диверсификацию с завоеванием новых рынков сбыта; с внедрением новых технологий.
2. Обеспечить увеличение объема профильной продукции за счет снижения цены на изделия.
3. Оживить рынок с помощью новой оригинальной рекламы;
4. Продолжить тесное сотрудничество с ТПП в разработке новых стратегических концепций, в поисках партнеров и т.д.

Р.Н. Румянцева, Ю.Н. Таранова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

### **ЛИЧНАЯ ПРОДАЖА, КАК ФОРМА ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА НА ПРИМЕРЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «МЕЛЕНКОВСКИЙ ЛЬНЯНОЙ КОМБИНАТ»**

При ведении бизнеса рано или поздно встает проблема реализации определенного рода услуг или продажа того или иного товара. Одна из основных задач отдела сбыта предприятия ОАО «Меленковский льняной комбинат» состоит в том, чтобы добиться максимальных результатов в увеличении объемов реализуемой им продукции. Эту задачу можно считать невыполнимой без тесного сотрудничества менеджеров коммерческого отдела со своими клиентами.

Предприятие в современном мире может добиться успеха лишь в том случае, когда оно не игнорирует запросы потребителей. Для повышения эффективности сбытовой деятельности предприятия требуется исследование, анализ и удовлетворение максимального количества требований покупателя. Выявление потребностей - одна из ключевых целей маркетингового исследования.

В развитой рыночной экономике существует множество типов предприятий, но ни на одном из них нельзя обойтись без маркетинговой службы. Хотя экономисты выделяют различные пути повышения эффективности предприятия. Меленковскому льняному комбинату необходимо обра-

тить внимание именно на службу маркетинга, на то как специалисты этой службы помогают руководителю повысить эффективность, а следовательно и прибыльность предприятия.

Невольно возникает вопрос, почему маркетинг необходим для успешной сбытовой деятельности предприятия. Прежде всего потому, что в основу работы предприятия, придерживающегося стратегии и тактики маркетинга, кладется наиболее эффективной, с точки зрения сбыта товара, принцип: сначала узнать, какой товар, с какими потребительскими свойствами, по какой цене, в каких количествах и в каких местах хочет приобрести потенциальной покупатель, а потом уже только думать об организации производства или продажи. Следовательно, необходимо производить и продавать изделия, которое безусловно будут пользоваться спросом.

Однако спрос - это не что иное, как платежеспособная потребность покупателя, потребность в решении какой-либо из проблем, выдвинутых жизнью. Таким образом, предприятие выходит на рынок и предлагает не товары и услуги ибо это не более чем экономические категории, а средства решения проблем покупателей. Именно этот принцип является ведущим в маркетинге, и именно поэтому маркетинг стал эффективен по сравнению с прежними методами производства и сбыта.

Таким образом, руководству ОАО «Меленковский льняной комбинат» необходимо организовать службу или отдел маркетинга, который предоставил бы предприятию целый мир, наполненный неограниченными возможностями для успешной коммерческой деятельности по увеличению объема продаж и для получения максимальной долговременной прибыли, т.е. повышения эффективности работы предприятия в целом.

Р.Н. Румянцева, Е.А. Шабарина, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **АНАЛИЗ РЫНКА ПОРОШКОВЫХ ГРАНУЛИРОВАННЫХ НЕПЛАСТИФИЦИРОВАННЫХ ПВХ КОМПОЗИЦИЙ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОФИЛЕЙ**

Для того, чтобы ОАО «ВХЗ» смогло вновь завоевать определенную нишу на рынке непластифицированных ПВХ композиций (наиболее перспективным направлением, на наш взгляд, является производство непластифицированных ПВХ композиций для различных отделочных панелей: сайдингов, вагонки и фурнитуры к ним. На этом сегменте рынка конкуренция не такая жесткая, как на рынке оконных и дверных профилей, где лидирующее положение (по цене, качеству и прочим параметрам) занимают импортные ПВХ композиции). Необходимо установить на продукцию конкурентоспособную цену (в пределах 1000/\$т с учетом НДС), повысить качество продукции до уровня требований потребителей, расширить но-

менклатуру выпускаемой продукции. В противном случае, шансы ОАО «ВХЗ» восстановить положение на данном рынке минимальны.

Выводы следующие:

1. Емкость рынка непластифицированных ПВХ композиций составляет в настоящее время 15,7 тыс. т/год. Из них 7,2 тыс. т/год приходится на потребителей, приобретающих готовую композицию, и 8,5 тыс. т/год - на потребителей, самостоятельно смешивающих композицию.

2. Цены ОАО «ВХЗ» на непластифицированные ПВХ композиций являются самыми высокими на рынке, превышая средние цены отечественных производителей в среднем на 35 %, импортных производителей - 42 %.

3. Качество продукции зарубежных производителей значительно превышает качество отечественных производителей. Ширина и глубина ассортимента также являются конкурентным преимуществом.

4. Наибольшую конкуренцию среди отечественных ПВХ материалов композициям нашего производства продукция ОАО «Биохимпласт». Качество этого производителя немного уступает импортному, однако низкая цена компенсирует этот недостаток.

Т.П. Симоненко, ВЗФЭИ, г. Владимир

## **МАРКЕТИНГ В ИНВЕСТИЦИОННОЙ СФЕРЕ**

В процессе управления инвестициями маркетинг играет значительную роль. Следует даже говорить об инвестиционном маркетинге, задачей которого является формирование инвестиционных проектов, соответствующих потребностям общества и интересам потенциальных инвесторов.

Инвестиционный маркетинг охватывает два этапа:

- маркетинг товарного рынка;
- маркетинг на рынке инвестиций.

Таким образом, инвестиционный маркетинг, с одной стороны, изучает и прогнозирует потребительский спрос, предлагает способы его удовлетворения посредством различных товаров; с другой стороны – работает на инвестиционном рынке, где присутствуют предприятия, банки, страховые организации, желающие вложить капитал в предполагаемые инвестиционные проекты.

На первом этапе проводятся маркетинговые исследования, сегментация рынка, выбор целевого сегмента, разработка товаров, соответствующих показателям спроса, прорабатываются каналы сбыта и методы стимулирования продаж. На втором этапе разрабатываются инвестиционные проекты, из которых инвесторами отбираются наиболее привлекательные.

При этом важно соблюдение соответствия инвестиционных возможностей и потребностей в инвестиционных разработках, поскольку инвестиционные потребности зависят от степени удовлетворения спроса на товары и услуги.

Причем, на инвестиционном рынке присутствует совокупность инструментов, соответствующих классическому маркетингу: товарная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политика. Но здесь есть и свои особенности, одной из которых является многовариантность и оптимальность маркетинговых решений. Это проявляется в разработке нескольких альтернативных проектов и выборе одного из них как оптимального на основе определенных критериев. Такими критериями чаще всего являются: максимизация прибыли, минимизация текущих издержек, повышение показателей рентабельности капитала. Другим важным принципом инвестиционного маркетинга является учет временного фактора. Поскольку инвестиционная деятельность охватывает иногда значительный период времени, важно наиболее точно разработать прогноз спроса и рыночной конъюнктуры, так как именно эти характеристики подвержены значительным изменениям во времени.

Так, выход на рынок с продуктом, имеющим высокий спрос, не гарантирует предприятию прибыль и в будущем. Следовательно, для повышения конкурентоспособности необходимо ориентироваться не на одно производство и не на одну технологию, а диверсифицировать вложения капитала. Капитал должен находиться одновременно на всех стадиях процесса: производство и реализация продукции, пользующейся спросом на рынке; проектирование и подготовка новой продукции, ее продвижение на рынок и т.п. В этом случае большая часть зарабатываемой прибыли используется на финансирование расходов, связанных с внедрением новых технологий и продуктов, способствуя расширению бизнеса и росту основного капитала.

Т.К. Снегирева, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **МАЛЫЙ БИЗНЕС И РЕФОРМА ЕГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

Одним из важнейших факторов успешного развития малого бизнеса является оптимизация его налогообложения. Принятый к исполнению новый законодательный пакет по упрощенной системе налогообложения и единому налогу на вмененный доход для отдельных видов деятельности с одной стороны содержит ряд положительных новшеств, с другой - имеет существенные негативные стороны.

Сравнивая новые предложения (вводимые с 1.01.03 г.) по упрощенной системе налогообложения с действующими до 1.01.03 г., следует от-

метить следующие принципиально важные моменты. В новой главе налогового кодекса 26 «Упрощенная система налогообложения» смещаются критериальные параметры малого бизнеса. Так, вместо жесткого, на наш взгляд, ограничения по численности занятых (до 15 чел. по старому законодательству и до 100 чел. по новому) вводятся ограничения по оборотам деятельности предприятия (до 15 млн руб. в год). Действительно, практика применения упрощенной системы с лимитированной численностью и не лимитированными объемами выпуска продукции не позволяла расширять занятость в малой экономике и допускала практически неконтролируемую реализацию с минимально возможным налогообложением этих оборотов. Малый бизнес порой превращался в крупнейшую по объемам реализации продукции сеть диллерства, посредничества и т.д., что не отвечало социально-экономическим задачам развития данной сферы как малого предпринимательства.

Другим важным моментом, на наш взгляд, является новый порядок отнесения затрат на приобретение основных средств к расходам, который предполагает зависимость списания этих расходов от сроков полного использования основного средства. Предварительная оценка предложенного в Кодексе порядка позволяет заключить, что невозможность отнесения к расходам 100 % стоимости приобретенных в период применения упрощенной системы основных средств ставит малое предприятие в определенную зависимость от налоговой системы. Другими словами, для того чтобы иметь возможность списания всех затрат на покупку основного средства со сроком полезного использования от 3-х до 15 лет на расходы малое предприятие или индивидуальный предприниматель, вынуждены будут использовать упрощенную систему минимум три года. По основным средствам со сроком полезного использования более 15 лет. Срок «привязки к упрощенке» увеличивается. Данное обстоятельство сводит практически на нет свободу выбора предпринимателем возможных вариантов налогообложения при их изменении.

Следует отметить, что указанные выше изменения налоговых условий по упрощенной системе являются не единственными, снижающими эффективность нововведений. В ограниченных рамках данной работы не представляется возможным привести исчерпывающую сравнительную характеристику «новой» и «старой» системы упрощенного налогообложения малого бизнеса. Однако, вместе с тем возможно заключить, что ожидаемый эффект от введения новых налоговых условий будет минимальным и скорее всего, не приведет в ближайшее время к оживлению и тем более активному росту малого предпринимательства.

В.Д. Сыров, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## МЕСТО МЕРЧЕНДАЙЗЕРА В ПОДГОТОВКЕ МАРКЕТОЛОГОВ

В настоящее время считается, что мерчендайзинг является инструментарием менеджера по розничной торговле. Это утверждение базируется на основных характеристиках его: во-первых, мерчендайзер занимается рекламной поддержкой в продвижении товара от товаропроизводителя к потребителю в местах непосредственной продажи и, во-вторых, искусством правильной подачи товара в его розничной торговле.

Основной задачей рекламы на месте продажи является организация розничной торговли таким образом, чтобы покупатель оставил в магазине как можно больше денег. С помощью местной рекламы направляется покупатель к нужному товару и убеждает его сделать покупку. В арсенале менеджера по розничной торговле имеется множество приемов и средств, основными из которых следующие: макеты товаров, ценники с указанием мотивов предоставления скидок, самоклеющиеся этикетки с логотипом предприятия товаропроизводителя и всевозможные листовки, плакаты, буклеты и т.п.

Большое значение в увеличении объема продаж имеют специфические приемы правильного расположения товара на полках магазина: мелкий товар целесообразно размещать не только в соответствующем отделе, но и рядом с кассой; товар должен показываться со всех сторон для чего используют вращающиеся подставки, витрины, подвески, подсветки и т.п. Кроме того известно, что самое лучшее место на полке находится на уровне глаз среднестатистического (по росту) покупателя. Товары необходимо размещать в пространстве по принципу «параллельности» их использования (например, лыжи, лыжные ботинки, соответствующая спортивная одежда и т.п.).

Краткое рассмотрение некоторого инструментария мерчендайзера показывает, что его необходимо использовать в первоначальной стадии продвижения товара, когда он еще только что «вышел» из стадии проектирования в стадию «рождения» - его производства. В основном это информационные листы, выставки, презентации, аудио- и видеoinформация, т.е. все то, что предпринимает первоначально маркетолог товаропроизводителя.

Владение маркетологом мерчендайзингом существенно сократит первоначальное продвижение нового товара в сфере сбыта, что в свою очередь благоприятно отразится на экономических показателях товаропроизводителя.

Исходя из вышеизложенного, на наш взгляд, необходимо мерчендайзер первоначально рассматривать в общей теории маркетинга, а при изучении курса «Управление маркетингом» детализировано изучать основные приемы и инструментарий мерчендайзинга.



## СЕТЕВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОВЕДЕНИЕМ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Как показала практика разработки и внедрения сетевых моделей проведения маркетинговых исследований за период 2000-2001 гг., основными факторами препятствующими их успешному внедрению товаропроизводителем являются:

- отсутствие необходимых знаний в области сетевого планирования и управления персоналом маркетинговых служб (отделов);
- эпизодическое проведение маркетинговых исследований, т.е. от случая к случаю;
- «узость» решаемых задач маркетинговой службой;
- отсутствие нормативной базы проведения маркетинговых исследований и сетевого моделирования;
- отсутствие комплексного подхода к разработке и внедрению не только сетевых моделей, но и к проведению маркетинговых исследований.

С целью нейтрализации вышеуказанных факторов сдерживания успешного внедрения в практику «Сетевого планирования и управления проведением маркетинговых исследований», в период 2001-2002 гг., был разработан и частично апробирован комплексный подход к данной проблеме. Было предложено восемь сетевых моделей, причем осуществляемых в указанной последовательности:

1. Сетевая модель сбора, обработки и выбора рабочей идеи нового продукта («новинки»), по данным маркетинговых исследований соответствующих сегментов рынка.
2. Сетевая модель воплощения рабочей идеи в замысел и образ «новинки» с выполнением опытного образца товарного вида.
3. Сетевая модель организации дискретного производства нового товара, т.е. организация выпуска опытной (установочной) партии изделий для проверки его рынком.
4. Сетевая модель выполнения «Технической подготовки производства «новинки»».
5. Сетевая модель организации серийного производства нового товара.
6. Сетевая модель организации коммерческого производства с проведением маркетингового исследования процесса «насыщения»
7. Сетевая модель проведения систематических маркетинговых исследований сегментов рынка товаропроизводителя.
8. Сетевая модель «модернизации» товара с целью недопущения падения спроса до критической программы выпуска.

Как видно из предоставленных сетевых моделей они охватывают весь «Жизненный цикл товара» .

В основном по каждой сетевой модели разработаны методические указания, которые содержат методологию разработки сетевых графиков, содержание основных работ, прогнозируемые продолжительности работ и некоторые особенности данной сетевой модели.

Из представленных моделей первоначальную проверку прошли: первая модель, вторая модель, четвертая модель и частично шестая и восьмая модели. Получены обнадеживающие результаты.

Завершающий (третий) цикл исследования внедрения сетевых моделей управления маркетинговыми исследованиями намечено осуществить в период 2003-2004 гг.

Л.В. Фильберт, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В ЛИТЕЙНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ**

Литейное производство принято считать заготовительной фазой машиностроения в силу подавляющего потребления отливок механообрабатывающими цехами машиностроительных заводов. Лишь незначительная часть отливок напрямую используется потребительским сектором экономики (печное литье, посуда и пр.). Несмотря на то, что большинство литейных цехов являются структурными подразделениями предприятий, значительная часть их продукции отпускается на сторону в порядке выполнения договоров реализации. В этом плане машиностроительные заводы наряду с центролитами становятся контрагентами рынка литья со всеми атрибутами рыночной экономики – конкуренцией, маркетингом, бизнес-планированием и т.п.

Оперируя понятиями и категориями наиболее известных ученых и практиков в области менеджмента маркетинга Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Р.А. Фатхутдинова и др., отметим в первую очередь, что рынок литья в полной мере может быть отнесен к рынку предприятий (индустриальный рынок). По определению к таким рынкам относятся рынки продукции, используемой для производственного потребления (или последующей перепродажи). Для этих рынков характерны большие объемы закупок продукции с заранее оговоренными свойствами, концентрация клиентов, высокий профессионализм покупателей (заказчиков), низкая эластичность спроса по цене и др. Из конкурентных преимуществ предприятий на первое место выдвигаются внешние, основанные на качестве товара. Внешнее конкурентное преимущество реализуется фирмами через возможность использования более высоких цен, которые заказчик готов платить за требуемый ему уровень технических показателей и качество и которые не могут быть

достигнуты другими предприятиями. Сами цены формируются как договорные. Базовой маркетинговой стратегией литейного производства следует признать, при ориентации на конкретный сегмент (заказчика), стратегию концентрации (ниши), смысл которой состоит в наиболее полном удовлетворении клиента всей силой маркетингового потенциала и технологических возможностей фирмы. При ориентации на весь сектор, т.е. на все предприятия со схожими требованиями к литью (по виду металла, сложности отливок и пр.), базовой становится стратегия дифференциации (уникальности товара с точки зрения заказчика). Третья из классических стратегий развития - стратегия доминирования по издержкам, для литейного производства не является приоритетной. Реализация избранных стратегий требует затрат в операционный маркетинг и прежде всего в рекламу о высоких технологических возможностях предприятия, заявленный уровень качества отливок, короткие сроки выполнения заказа и т.п. Рассмотренные стратегии развития (базовые стратегии Портера) обычно трактуются как стратегии первого уровня и определяют характер инноваций на перспективу.

В более коротком временном интервале, на границе стратегического и операционного маркетинга, обычно говорят о стратегиях роста, связывая их с выявлением новых рынков в пределах прежнего базового рынка. Применительно к литейному производству речь идет о возможности увеличения объема продаж отливок прежнего технического назначения, сложности и вида металла. Рассматривая эту проблему с позиций сетки развития товара и рынка, отметим два приоритетных варианта – расширение границ рынка и разработку новых товаров. Оба варианта оставляют за предприятием прежний организационно-технический и технологический уровень производства, однако требуют затрат на маркетинговые исследования рынка за пределами ранее освоенного региона и отслеживания товарной политики своих постоянных клиентов на предмет сохранения их в числе потенциальных заказчиков. Две другие стратегии роста – более глубокое проникновение на рынок и диверсификация производства не являются приоритетными. Первая – в силу утверждения, что заказчик закупит отливок ровно столько, сколько требуется для его механосборочного производства и этот объем не зависит от маркетингового давления продавца. Что касается диверсификации, то для литейных предприятий это равнозначно потере профиля производства (для фирмы в целом этот вариант возможен, если литейное производство заготовок будет заменено, например, сварными конструкциями).

Обеспечение конкурентоспособности предприятия требует не только правильно избранной стратегии развития и роста, но и соответствующей стратегии конкурентного поведения. Из большого разнообразия вариантов

конкурентного поведения, вытекающих из конкурентных преимуществ фирмы и привлекательности рынка (стратегия лидера, стратегия «следующего за лидером» и др.) для литейных заводов наиболее приемлемой является стратегия «специалиста». Вытекая, по существу, из технологических и маркетинговых преимуществ предприятия в отношении прямых конкурентов, стратегия «специалиста» предписывает тем не менее исходить из расширенной концепции соперничества, предусматривающей учет влияния на позиции предприятия поставщиков сырья и материалов, потребителей, потенциальных конкурентов, а также товаров-заменителей. Каждая из этих составляющих может как усилить так и ослабить конкурентные позиции фирмы. Например, пролонгация договора или заключение нового с прежним клиентом во многом определяется угрозой появления новых конкурентов, способных предложить литье лучшего качества по более низким ценам; заменой литья, например, сварными конструкциями; способностью поставщиков и клиентов «выторговывать» для себя более выгодные условия договора, исходя из степени централизации поставок, как сырья, так и готовых отливок. В связи с этим службам маркетинга литейных производств следует постоянно держать под контролем тенденции развития всех конкурентных сил способных изменить рыночную позицию предприятия.

Текущие задачи литейных предприятий решаются в сфере операционного маркетинга посредством эффективного использования общеизвестных составляющих маркетингового давления – товар, цена, размещение, продвижение (4P). В отличие от потребительского рынка наиболее используемыми элементами для рынка отливок следует признать товар и продвижение, понимая продвижение как рационально построенную коммуникативную политику (реклама технологических возможностей, поддержание имиджа предприятия и т.п.). Что касается ценовой и сбытовой политики, то больших резервов в литейном производстве эти составляющие комплекса маркетинга, в отличие от потребительского сектора экономики, не содержат.

Ключевым фактором, обеспечивающим реализацию избранных стратегий, становятся эффективные инновации. Характер инноваций может быть самый разнообразный – продуктовый, технологический, управленческий, в зависимости от избранной стратегии и инновационного потенциала предприятия. Таким образом, правильно разработанная и встроенная в структуру инновационного процесса маркетинговая стратегия, является предпосылкой высокой конкурентоспособности и финансовой устойчивости предприятия.

Д.Ю. Фраймович, ВлГУ, г. Владимир, Россия.

## МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭФФЕКТИВНО РАБОТАЮЩИЙ АКТИВ

Актуальнейшей проблемой для отечественного бизнеса на сегодняшний день остается сложность привлечения инвестиций. Средства необходимы предприятиям для основательного проведения НИОКР, обновления фондов, развития сбытовых сетей. Без всего этого невозможно повысить конкурентоспособность товаров и услуг и, как следствие, укрепить положение компании на рынке.

Заинтересовать потенциального инвестора, разумеется, можно лишь в двух направлениях: либо представить наличие хороших материальных активов, либо привлечь активами нематериальными. Материальные активы, как известно, у российских предприятий находятся в плачевном состоянии. Изношенность главного актива – основных фондов – по разным отраслям составляет от 38 до 60%. Земельный актив в стране пока не работает, т. к. владельцы компаний не спешат приобретать огромные площади, которыми богато государство. Актив в виде владения ресурсами имеет значение для относительно немногочисленной доли сырьевых компаний.

С другой стороны, реальный оптимизм вызывают хорошие перспективы нематериальных активов. Для крупнейших 500 мировых компаний, к примеру, соотношение рыночной и балансовой стоимости – 8:1. Очевидно, что около 11 % от стоимости приходится на материальные активы, остальные 89 % - на нематериальные. Наиболее привлекательные для инвесторов нематериальные активы были выявлены центром исследований Российской ассоциации маркетинга (РАМ) в конце 2002 г. путем опроса 340 работающих в нашей стране иностранных компаний. Результат вычислялся исходя из средней оценки полученных баллов по каждому активу с применением 10-балльной шкалы (10 – очень высокая степень влияния, 1 – очень низкая). Наибольшую значимость для респондентов представили следующие нематериальные активы: высокая конкурентоспособность продукции (7,7 балла), опыт и репутация руководства компании (7,2), наличие эффективной маркетинговой стратегии (7,1), наличие плана маркетинга (6,7), информационная открытость (6,4). Для сравнения можно привести средние оценки по материальным активам: современное оборудование – 7,2; наличие недвижимости (7,1); наличие собственного транспорта (7,1); конкурентоспособность, нельзя не оговориться, что этот показатель в какой-то мере сам является производной от инвестиций и большинство предприятий не может предъявить его сразу. Опыт руководства – функция времени и личных качеств конкретных людей, которая также не поддается быстрой корректировке. Остальные три актива в этой категории, на наш взгляд, можно считать работающими факторами. А поскольку маркетинговая стратегия из остав-

шихся показателей получила наивысший балл, обратимся к рассмотрению ее привлекательности более подробно.

Эксперты вышеупомянутых зарубежных компаний, опрошенные центром РАМ, высказались по поводу шансов роста капитализации компании при наличии у последней четкой маркетинговой стратегии. По их мнению, обладание данным активом поднимает капитализацию предприятия в среднем на 18%. По таким отраслям, как транспорт, связь, деревообрабатывающая (целлюлозно-бумажная) промышленность, торговля, банки и финансовые компании оценка специалистов зафиксирована на уровне 21-23 %. Пищевая, швейная и металлургическая отрасли привлекли 19, 16 и 15 % соответственно. Химическая промышленность, приборо- и машиностроение «заработали» более скромный рост – 14, 12 и 11 %. Тем не менее, заслуживает пристального внимания тот факт, что эффективно работает актив, не требующий каких-либо инвестиций и основанный лишь на систематизации знаний о рынке.

Следующий опрос потенциальных инвесторов, проведенный центром РАМ, раскрыл значимость каждого элемента маркетинговой стратегии. Как и в первом интервью, применялась 10-балльная шкала измерений. Продуманная маркетинговая стратегия, согласно мнению специалистов, начинается с грамотного определения целевых рынков по их емкости и прибыльности: целевые рынки – 7,7 балла, целевые сегменты – 7,5 балла. Далее предприятие должно четко определить отличительные преимущества того или иного продукта (или услуги). В данном случае важна стратегия позиционирования – 7,2 балла. Третьим условием успешного формирования стратегии является забота о лояльности потребителей. Подразумевается продуманная система мер, заставляющая покупателя возвращаться к продавцу вновь и вновь, поскольку обращает на себя внимание тот факт, что затраты на привлечение новых покупателей в несколько раз превышают расходы на удержание уже имеющихся. Стратегия управления брэндами оценена в 6,8 балла, значимость перспективного имиджа брэндов также составляет 6,8.

Хотя полученные результаты и выводы представляют на первый взгляд вполне очевидные вещи, к сожалению пока лишь немногие отечественные предприятия серьезно работают в этом направлении.

**Секция 3**

**ПРОБЛЕМЫ  
РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

## **ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ВО ВЛАДИМИРСКОМ РЕГИОНЕ (ПРОШЛОЕ И БУДУЩЕЕ)**

Поведение народонаселения в регионах и странах мира принимает иной характер в интервале урбанизации от 10 до 90 %. Изменения динамики народонаселения Владимирского региона (геоэтнос) изучается в контексте теории трансформаций экономико-географического процесса (геоэтология), в основу которой положены четыре принципа трансурбанизма.

Первый принцип трансурбанизма отражает понятие о том, что эскалация трансурбанизма представляет собой процесс чередования специфических фаз, напоминающих смену времен года в природе. Владимирский регион с 1850 г. находится в режиме воздействия энергетики трансурбанизма (Россия - с 1870 г.). Первая фаза (1850-1955 гг.) развертывания трансурбанизма в регионе имела характер весны, во время которой население росло бурными темпами, а экономика совершила феноменальный скачок. Если в 1850 г. (время вхождения на эскалатор трансурбанизма) население региона составляло около 450 тыс. чел., то в 1955 г. (время завершения первой фазы) население достигло 1360 тыс. чел. В первой фазе трансурбанизма население региона увеличилось в 3 раза. Вторая фаза, длившаяся с 1955 г. по 1980 г., имела характер лета и проявила себя более сдержанной в части темпа роста населения. В этой фазе численность населения возросла с 1360 тыс. чел. до 1580 тыс. чел. (рост в 1,2 раза). Такова демографическая картина стадии прогресса в контексте воздействия энергетики трансурбанизма. В 1980 г. регион вошел в средний поворот трансурбанизма, за которым обнажились проблемы, которые в настоящее время волнуют, можно сказать, каждого жителя региона. Для среднего поворота трансурбанизма - смена летней фазы на осеннюю фазу внутри цикла (1970-1995 гг.) - характерны системные изменения в ходе развертывания имманентных структур экономико-географического процесса (кооперация, разделение труда, энерго-производственные циклы). Поведение народонаселения Владимирского региона отчетливо воспроизводит эти изменения. Наибольшая численность населения в регионе установилась в конце 80-х - начале 90-х годов XX в. В 1992 г. (начало года) численность населения составила 1651,2 тыс. чел. В 2002 г. (на начало года) население составило 1579,3 тыс. чел. За 9 лет население региона уменьшилось на 71,9 тыс. чел. Это свидетельствует о том, что регион находится в регрессивной стадии трансурбанизма. Третья фаза (осень) регрессивной стадии будет длиться с 1980 по 2020 г., а четвертая фаза (зима) с 2020 по 2055 г.



Второй принцип трансурбанизма отражает понятие о том, что интервальная динамика урбанизации имеет три инвариантных интервала урбанизации - ранний (10-40 %), средний (40-60 %) и поздний интервал - свыше 60%. Владимирский регион около 20 лет (1942-1962 гг.) находился в среднем интервале урбанизации (40-60 % городского населения). В начале этого интервала на регион обрушились тяготы 2-й мировой войны, а в конце этого интервала в регионе начала осуществляться ускоренная модернизация. В процессе адаптации к радикальным условиям трансурбанизма жизненная ситуация в регионах, находящихся в среднем интервале урбанизации, испытывает характерные для модерна трансформации. В семейство системных изменений к числу главных (стандартных) надлежит отнести рост цен на жизненно важные предметы потребления и разнообразного рода кризисные проявления (безработица, инфляция, коррупция и т.д.). И хотя эти признаки себя не проявили в те годы, тем не менее, особенности среднего поворота урбанизации Владимирский регион не миновал. Синдром среднего интервала урбанизации проявился позже – при переходе региона к рыночным отношениям в начале 90-х годов XX в. Структурам вечной тени экономики – коррупция, безработица, инфляция и т.д. – удалось обрести черты реальности. Мировому сообществу до начала 30-х годов XXI в. предстоит выбираться из среднего интервала урбанизации. Складывающаяся ситуация не в полной мере способствует Владимирскому региону. Испытание народонаселения региона бедностью будет продолжаться.

Третий принцип трансурбанизма отражает понятие о том, что демографическая емкость регионов и стран мира в условиях трансурбанизма имеет предельные параметры. Это становится реальным на основе анализа кривых экономико-географического процесса (процесс развертывания деятельности народов на лике земли) и коэффициента естественного прироста населения. Численность населения Владимирского региона в течение первого цикла трансурбанизма (1850-2055 гг.) не опустится ниже отметки 1 млн чел. В 2000 г. перебор населения составил около 200-400 тыс. чел. В контексте трансурбанизма демографическая емкость мира составляет около 4 млрд чел. В начале 70-х годов XX в. в мире проживала примерно такая численность народонаселения. В настоящее время (2002 г.) перебор численности населения мира равен более 2 млрд чел. Возникший в начале 70-х годов перебор населения сопровождался ростом мировых цен на нефть, интенсификацией миграционных процессов и террористических актов.

Четвертый принцип трансурбанизма отражает понятие о том, что эскалация трансурбанизма обнаружила феномен черты (полосы) государственной оседлости. Владимирский регион расположен на черте государст-

венной оседлости. Москва по отношению к черте государственной оседлости имеет более удачное положение.

В первом цикле, который завершится в середине XXI в., во Владимирском регионе закончится процесс создания необходимых институтов и их адаптация к ритму мирового процесса трансурбанизации. В целом базис цивилизации трансурбанизма во Владимирском регионе имеет разнородное происхождение. Первая часть (стандартный ритм трансурбанизма) пришлась на период до 1917 г., вторая формировалась (нестандартный ритм трансурбанизма) в 1917-1991 гг., а третья часть (псевдостандартный ритм трансурбанизма) – получила начало в 1992 г.

А.А. Андреев, А.А. Круглов, ВГПУ, г. Владимир, Россия

### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЖИЛИЩНО-КОМУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА**

Актуальность исследования возможностей местных бюджетов, в части их расходов на жилищно-коммунальное хозяйство predetermined непосредственной близостью данной темы к жизни каждого гражданина Российской Федерации. Услуги жилищно-коммунальных предприятий сегодня предоставляются населению с неполной оплатой их стоимости, по этой причине государство и местные структуры власти осуществляют поддержку жилищного сектора посредством предоставления этим предприятиям дотаций из бюджетов разных уровней.

Сегодня дефицит финансовых ресурсов, с которым сталкивается большинство территориальных бюджетов, выходит на первое место в плане реформирования ЖКХ. Сокращение расходов в данных статьях бюджета является чрезвычайно актуальным. Систематически не финансируются в полном объеме различные направления расходов, образуя нарастающую задолженность территориальных органов власти перед получателями бюджетных средств. Применение механизма сокращения расходов также не может рассматриваться в качестве постоянно используемого инструмента. Сформировавшаяся в последние годы тенденция аккумуляции в федеральном бюджете наиболее собираемых и весомых доходов и поступлений (косвенные налоги и ресурсные платежи) вкуче с передачей на нижестоящие уровни бюджетной системы ряда социальных, инвестиционных и коммунальных расходов дополнительно сократила возможности территориальных бюджетов по укреплению собственной доходной базы и усугубила их кризис. Наиболее реальным выходом из данной ситуации для местной администрации является экономия расходов бюджета и перераспределение высвобождаемых средств для финансирования приоритетных направлений социальной сферы и экономики территории.

Самым значительным в территориальном бюджете являются расходы на содержание жилищно-коммунального хозяйства. Расходы на ЖКХ включают в себя покрытие убытков от эксплуатации жилищного фонда, на капитальный ремонт жилищного фонда, на возмещение разницы в тарифах на тепловую энергию, отпускаемую на нужды населения, на благоустройство территории, а также ряд других расходов. Основная часть услуг, предоставляемых предприятиями ЖКХ, являются платными. Однако, порядок планирования расходов на ЖКХ носит явно затратный характер и ориентирован на возмещение убытков эксплуатационных и ремонтных предприятий. Совокупность расходов бюджета на ЖКХ определяется путем вычитания из суммы эксплуатационных и прочих затрат организаций ЖКХ суммы их доходов, которые рассчитываются, исходя из ставок оплаты населением и организациями услуг ЖКХ и контингента плательщиков. Как показывает практика бюджетного финансирования, субсидия (до введения Бюджетного кодекса - дотация) является одной из самых неэффективных: она не только не стимулирует проведение получателем средств мероприятий по экономии средств, но, наоборот, заставляет бюджетополучателя завышать собственные расходы.

Таким образом, сложилась ситуация в которой, с одной стороны, предприятия ЖКХ настаивают на увеличении дотаций, а с другой - у бюджета отсутствуют резервы для увеличения расходов в этой сфере. Безусловно, что сфера жилищно-коммунального хозяйства при недостаточном финансировании может придти в упадок и вызвать техногенные катастрофы. И для решения проблем связанных с финансированием сферы жилищно-коммунального хозяйства необходимо пересмотреть действующую систему дотирования, изыскать дополнительные внебюджетные средства, содействовать повышению инвестиционной привлекательности всего жилищно-коммунального комплекса.

Н.В. Андреева, А.В. Буйлов, ВлГУ, г. Владимир, Россия.

## **ОБОСНОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЙ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ НЕРУДНЫХ МАТЕРИАЛАХ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК**

На территории Владимирской области добывается различные нерудные материалы, которые в дальнейшем используются для производства строительных материалов, конструкций, изделий. В настоящее время в области функционирует ряд предприятий, деятельностью которых является добыча щебня, его переработка для дальнейшего применения на предприятиях-производителях строительных материалов.

Целью данной работы является выявление основных предприятий по производству нерудных строительных материалов (щебня) Владимирской области, и оценка потребности в нем предприятий, производящих сборную железобетонную продукцию, бетонные изделия, бетон товарный, асфальтовое покрытие и дорожное полотно. Данные о производстве и потреблении нерудных строительных материалов (щебня) на территории Владимирской области представлены ниже.

№ п.п	Наименование предприятия	Производственная мощность, тыс. куб. м.	Производство в 2001 г.		Процент к 2000 г.	Использование мощности, %
			тыс. куб. м.	%		
1.	ОАО «Ковровское карьероуправление»	1500	506	52,3	121,4	33,7
2.	ОАО «Горняк»	704	27,3	2,8	43,1	3,9
3.	ОАО «Костенецкий карьер»	305	97,2	10,0	64,2	31,9
4.	ГУП «Владимирское карьероуправление»	535	269,3	27,8	111,4	50,3
5.	ООО «Карбонат»	215	42,9	4,4	57,5	20,1
6.	Прочие	105	24	2,5	40,2	22,8
Итого:		3044	967,3	100	108,0	30,9

Крупнейшим производителем щебня на территории Владимирской области является ОАО «Ковровское карьероуправление», на долю которого в 2002 г. приходилось 52,3 % от общего объема щебня.

В современных сложных экономических условиях деятельность рассматриваемых предприятий по производству щебня имеет ряд отрицательных аспектов. Анализируя приведенные данные, можно сделать вывод о том, что все предприятия, производящие щебень на территории Владимирской области, используют производственные мощности не в полном объеме (не более чем на 50 %). Так, ОАО «Ковровское карьероуправление» использует производственные мощности на 33,7 %, что объясняется отсутствием спроса в объеме, который обеспечивал бы наибольшую загрузку мощностей. Эффективная деятельность предприятия обеспечивается загрузкой мощностей не менее чем на 80-85 %.

В настоящее время емкость внутриобластного рынка не дает возможности увеличения производственных мощностей, так как уже при существующем уровне загрузки происходит перенасыщение рынка.

Потребность известнякового щебня в год на производство сборного железобетона, бетонных изделий, товарного бетона предприятий области составляет 510 тыс. м<sup>3</sup>, на дорожное строительство расходуется – 400 тыс.

м<sup>3</sup>. щебня. Общая потребность на уровне региона в известняковом щебне составляет 910 тыс. м<sup>3</sup>. Наблюдается так называемый резерв объема выпуска, составляющий 57,3 тыс. м<sup>3</sup>, что очень значительно для Владимирской области.

Возможным выходом из сложившейся ситуации может служить реализация не востребовавшего щебня на рынках других регионов, для чего необходимо проводить маркетинговые исследования с целью выявления каналов сбыта данного вида продукции (щебня) за пределами Владимирской области.

А.Ю. Андрианов, ВлГУ, г. Владимир, Россия; Лотар Линцен, Германия

### **ИНСТИТУТЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОДСИСТЕМ**

Именно термин «институт» дал название институциональной экономической теории. Институт достаточно двусмысленная категория; ученые, употребляющие ее, не дали данному термину четкого определения. Но это расплывчатое понятие уже изначально имело идейную нагрузку: оно означало стремление к расширению предмета экономической науки и включение в анализ экономических явлений. Различные исследователи, с точки зрения экономических перспектив, определяют «институт» по-разному. У Т. Веблена институты – «устойчивые привычки мышления, присущие большой общности людей». Элстер пишет, что институт можно охарактеризовать как законопринудительный механизм, изменяющий поведение с использованием силы. Дж. Найт считает, что институты – набор правил, структурирующих общественные взаимоотношения особым образом, знанием которого должны обладать все члены общества. Д. Норд определяет институты как совокупность созданных людьми правил и норм, выступающих как ограничения для экономических агентов, а так же соответствующие механизмы защиты и контроля за их соблюдением. При этом под механизмами защиты понимается набор приемов идентификации нарушителя и применения к нему соответствующих санкций.

Социальные институты, и в первую очередь государственно – правовые, зарождаются в трансакционной сфере как специфические продукты социального труда в процессе взаимодействия между людьми. Затраты на их создание тоже являются трансакционными издержками, но они нивелируются благодаря тому, что институты, если, конечно, они эффективны, минимизируют совокупные (трансформационные и трансакционные) издержки, имея тем самым опосредованный экономический результат. В связи с этим необходимо согласиться с понятием «институциональная тран-

сакция (сделка)», введенным Д. Бромлеем, как деятельности, предпринимаемой в соответствии с новыми экономическими условиями с целью установления нового институционального устройства. Его поддерживают так же А.Е. Шаститко и В.Л. Тамбовцев.

Основоположник институционализма Т. Веблен использует историческую оценку развития институтов общества, в которой отрицаются марксистские положения о «классовой эксплуатации» и «исторической миссии» рабочего класса. В основе развития общества он видит развитие социальных институтов трансакционной сферы и в своей работе он пишет: «эволюция общественного устройства явилась процессом естественного отбора социальных институтов».

Таким образом, единство трансформационной и трансакционной сфер хозяйственной деятельности в том, что последняя вырабатывает социальные институты, обеспечивающая нормальное функционирование и повышающая эффективность трансформационной сферы.

О влиянии трансакционной сферы на эффективность функционирования трансформационной говорили уже основоположники институционализма. В конце концов, можно начать даже с их основополагающих тезисов о необходимости государственного регулирования экономики и о социальных институтах как движущей силе развития общества и экономики.

Взаимодействие трансформационной и трансакционной сфер можно в частности, проследить также на примере внедрения в материальное производство научных изобретений, которые создаются как продукты духовного производства в процессе интеллектуального труда. Эффективность и своевременность их внедрения в производство зависит помимо всего прочего от управленческого процесса, осуществляемого институтами социальной сферы. Таким образом, за счет того, что управленческий процесс снижает трансформационные производственные издержки, покрываются трансакционные издержки, идущие на содержание аппарата управления.

Выяснив процесс взаимодействия трансформационной и трансакционной сфер, можно сделать вывод, что их единство состоит в том, что трансакционная сфера и институциональные изменения общества определяются характером сложившихся экономических отношений в трансформационной сфере; с другой стороны, характер трансформационной сферы определяется социальными институтами и уровнем трансакционных издержек; при этом функционирование институтов или имеет экономическую ценность, или является мощным барьером на пути становления эффективных экономических отношений.

И.В. Благодоров , Л.В. Коровин, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## ОСОБЕННОСТИ ТУРА КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ

С точки зрения экономической науки категория «тур» должна анализироваться как экономическая категория. Тур представляет собой комплекс различных услуг по размещению, питанию, транспортным, бытовым, туристским, экскурсионным, культурно-досуговым, физкультурно-оздоровительным и т.д., объединенных на основе главной цели путешествия и предоставляемых на определенном маршруте и в определенный срок. В центре тура стоит комплекс туристских услуг, а отдельная услуга является его элементарной «клеточкой». В туре присутствуют как материальные туристские услуги – питание туристов, услуги по содержанию туристов и др., так и нематериальные – экскурсии, путешествия, услуги гидов-переводчиков и т.п.

В настоящее время в экономически развитых странах сфера услуг определила сферу материального производства. При этом темпы роста сферы услуг остаются высокими. И сейчас в промышленно развитых странах они составляют более 65 % ВВП. Этот процесс начался в середине 70-х гг. в связи с переходом стран Запада от экстенсивного к преимущественно интенсивному производству. На «перелив» ресурсов и капиталов из сферы материального производства в сферу услуг оказывает влияние целый ряд факторов. В первую очередь – это потребности. Они смещаются из первичных материальных к потребностям высшего порядка (духовным, профессиональным, физической культуре, спорту, туризму и т.д.). Возвышение потребностей стало возможным благодаря развитию производительных сил и росту производительности труда в материальном производстве, которая в некоторых странах выше в 1,5-3 раза по сравнению с производительностью труда в сфере услуг. К тому же услуги глубоко интегрированы в производство. Поэтому иногда практически трудно отделить производственную услугу от собственно материального производства. Туристскую услугу в условиях товарно-денежных отношений можно и нужно рассматривать как обыкновенный товар, продукт человеческого труда (деятельность работников туристской индустрии, туроператора, и др.), предназначенный для обмена или продажи. Как и всякий товар, туристская услуга должна обладать двумя свойствами: быть потребительной стоимостью (т.е. быть полезной для туриста и способной удовлетворить его потребности); быть меновой стоимостью (т.е. обмениваться в определенной пропорции на другие товары или услуги). В развитой экономике меновые пропорции фиксируются в деньгах как всеобщий эквивалент. Тур как комплекс туристских услуг или его часть должен обладать теми же свойствами, что и отдельная услуга: быть потребительной и меновой стоимостью, т.е. быть товаром. Тур как товар, представленный комплексом туристских услуг, продается и покупается. Денежное выражение

меновой стоимости тура – есть его цена. Экономические законы или обобщения экономических тенденций, – это общественные законы, относящиеся к тем областям поведения человека, которые в силу действующих в них побудительных мотивов можно измерить денежной ценой. Следовательно, тур является категорией экономической науки.

Тур как экономическая категория должен отвечать следующим требованиям:

- быть объективным явлением, в основе которого лежит ограниченность туристских ресурсов;
- выражать отношения между туристской организацией и ее клиентами по производству, формированию, продвижению и реализации туристских услуг;
- иметь активное стимулирующее начало, быть побудительным мотивом как для турфирмы, так и для ее клиентов;
- в его формировании должны участвовать как объективные, так и субъективные факторы;
- обладать потребительной и меновой стоимостью, т.е. быть товаром;
- иметь целепологание.

Следовательно, тур как экономическая категория – это отношения между субъектами туристского рынка и их поведение в процессе производства, формирования, продвижения и реализации комплекса (или части) туристских услуг как товара в условиях ограниченности туристских ресурсов и их рационального распределения с целью удовлетворения своих потребностей.

Е.В. Бобкова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ**

Топливо-энергетический комплекс (ТЭК) – это система, включающая в себя предприятия топливной промышленности, предприятия вырабатывающие различные виды энергии и системы транспортировки топлива.

В любой промышленно развитой стране ТЭК является важнейшим элементом развития экономики. Обеспечение хозяйствующих субъектов топливно-энергетическими ресурсами – это необходимое условие существования современного производства.

РФ является одной из ведущих энергетических держав мира, которая уступает лишь США по масштабам производства энергетических ресурсов. Огромное значение имеет топливно-энергетический комплекс и для Владимирской области и от эффективной его работы зависит общее состояние экономики региона.



Из всех видов топливно-энергетических ресурсов Владимирская область располагает лишь небольшими ресурсами торфа. Практически всё топливо завозится в область из других районов РФ: газ – 2,8 млрд м<sup>3</sup> (из Западной Сибири); уголь – 323 тыс. т (из Кузнецкого угольного бассейна); продукты нефтепереработки – 647 тыс. т, в том числе 405 тыс. т топочного мазута, 112 тыс. т автобензина, 130 тыс. т дизельного топлива.

Спад в экономике области сопровождался также падением потребления топливных ресурсов. За 1991-2001 гг. потребление газа сократилось в 1,6 раза, угля – в 6,5 раза, топочного мазута – 32,8 раза, автобензина – в 51 раз, дизельного топлива – в 26,8 раза. Лишь в 1999 г. наметилась тенденция к росту в потреблении газа, который составил 2542,6 млн м<sup>3</sup> или 0,1 % по сравнению с 1997 годом, а в 2001 году рост потребления газа составил 309,4 млн м<sup>3</sup> или 11,2 %.

Таким образом, основными особенностями развития ТЭК во Владимирской области являются, во-первых, ориентация региона на привозное топливо и, во-вторых, высокая доля природного газа в структуре потребления топливных ресурсов.

При всей значимости топливно-энергетического комплекса в настоящее время предприятия основных его отраслей переживают не лучшие времена. И видение главных социально-экономических проблем комплекса является фактором их решения.

Одной из основных проблем эффективного функционирования ТЭК является отсутствие единой, научно-обоснованной стратегии развития отдельных его отраслей и, в частности, теплоснабжения.

Одним из недостатков существующей нормативно-правовой базы является отсутствие закона о теплоснабжении на федеральном и региональном уровне, который определял бы правовые, экономические и организационные основы отношений в области теплоснабжения. Наличие множества нормативно-правовых актов, определяющих эти отношения усложняют процедуру принятия решений руководителями теплоснабжающих организаций.

Во Владимирской области за последние годы наблюдается рост экономики в целом и в отдельных отраслях в частности. В прошедшем году по динамике промышленного производства наша область уверенно занимала первое место в Центральном федеральном округе. Данная тенденция приводит к необходимости увеличения выработки энергии в среднем на 2,8 % ежегодно, что без обновления основных фондов сделать трудно, поскольку их износ в среднем превышает 60 %, а кое-где достигает и до сверхкритических 100 %.

В настоящее время остро стоит проблема изменения общественного сознания, в части того, что «ЖКХ и ТЭК были общероссийским порефор-

менным донором для основных отраслей экономики, так как являлись кредиторами для этих отраслей». В условиях рыночных отношений необходимо ясно осознавать, что за энергоносители необходимо платить, как за любой товар.

Решение многих проблем современной организации зависит от обеспеченности как производства, так и управления квалифицированными и энергичными специалистами. Как известно, практически во всех отраслях народного хозяйства наблюдается острая нехватка таких специалистов и ТЭК здесь не исключение. Нежелание многих сотрудников работать соответственно предъявляемым требованиям затрудняет применение собственных методов работы многих руководителей предприятий. Неравномерный уровень квалификации работников различных специальностей не позволяет применять мероприятия направленные на развитие предприятия.

Это далеко не полный перечень проблем существующих, в настоящий момент, на предприятиях ТЭК Владимирского региона. Для решения основных социально-экономических проблем ТЭК Владимирского региона необходимо применять стратегический подход.

А.В. Боровкова, ООО «Владимиррегионгаз», .Владимир, Россия

## **АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГАЗИФИКАЦИИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

Роль газовой промышленности в российской экономике крайне велика. Она не только обеспечивает значительный приток валютных средств в казну (до 20 % валютной выручки страны приходится на «Газпром»), но и является основным поставщиком сырья для производства электроэнергии. Доля голубого топлива в энергобалансе страны достигает 60 %. Кроме того, газовая отрасль обеспечивает заказами другие сектора экономики, тем самым, внося существенный вклад в общий рост промышленного выпуска.

В связи с этим актуальным является не только рост добычи газа, но и реализация продуманной стратегии газификации в каждом регионе.

Прямые выгоды от реализации основных направлений газификации региона предполагают:

- общее оздоровление экономической обстановки в области, создание условий для экономического подъема малых депрессивных городов и сельских районов;
- увеличение привлекательности периферийных территорий области для хозяйственного развития;
- улучшение экологической обстановки;
- улучшение качества жизни населения.

Главной целью газификации Владимирской области является реализация комплекса научно-технических, проектных, производственно-технических, организационных и финансовых мероприятий, направленных на решение социальной задачи особой значимости, – улучшения условий быта и производственной деятельности населения региона за счет более полного обеспечения потребителей области природным газом.

В качестве основных задач газификации области следует отметить:

- продолжение строительства газопроводов высокого давления и газопроводов-отводов к ранее не газифицированным территориям районов;
- развитие сети газопроводов низкого давления с целью дальнейшей газификации жилищного фонда и снятия социальной напряженности;
- решение проблем теплоснабжения городов и населенных пунктов путем реконструкции котельных и перевода их на использование природного газа в качестве основного вида топлива;
- газоснабжение промышленных и сельскохозяйственных предприятий.

Для эффективной реализации этих задач необходимо:

- обеспечить дальнейшее развитие сетей газоснабжения на территории области преимущественно от уже построенных газовых объектов, в том числе газопроводов-отводов и ГРС, разводящих газовых сетей высокого давления;
- осуществлять строительство газопроводов с учетом максимальной их загрузки при дальнейшей эксплуатации и минимизации последующих эксплуатационных затрат газовых распределительных организаций (ГРО);
- при оптимальных затратах на строительство газовых объектов получать максимальную социальную эффективность;
- осуществлять развитие сетей газоснабжения в наименее газифицированных территориях области, в том числе продолжить газификацию сельских населенных пунктов;
- учитывать рациональное использование природного газа в качестве топлива, в том числе за счет реализации мер по энергосбережению.

Осуществляя реформу газовой отрасли, необходимо обеспечить баланс интересов как поставщиков газа, так и его потребителей. Реализация продуманной региональной политики газоснабжения позволит обеспечить решение многих социальных и экономических задач развития Владимирской области.

Н.Б. Буцанец, М/ф ВлГУ, г. Муром, Россия

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ МЕСТНЫХ ЦЕНТРОВ ЗАНЯТОСТИ**

Изучив работу Муромского Центра занятости, сопоставив ее с деятельностью других региональных центров занятости, нами был выявлен ряд общих проблем, которые требуют немедленного решения. Речь, в частности, идет об оценке эффективности местных центров занятости и о системе рационального расходования средств из фондов занятости.

По поводу первой проблемы следует заметить, что правомерность ее постановки вызвана еще и тем, что доля трудоустроенных службой занятости в общей численности незанятых граждан, обратившихся по вопросу трудоустройства, в современный период оказывается значительно ниже, чем до начала реформ. Всесторонняя оценка эффективности функционирования государственной службы занятости может быть дана на основе использования системы взаимосвязанных показателей, характеризующих конечные результаты ее работы. Соответствующая оценочная методика, на наш взгляд, должна основываться на следующих принципиальных положениях: охват всех направлений деятельности службы занятости, по которым достигнутые результаты отражаются в конкретных показателях; ограниченность количества принятых для оценки показателей, исключающих их дублирование; «сквозной» характер оценочных показателей, обеспечивающих возможность сравнительного анализа и оценки деятельности местных, региональных центров занятости и Федеральной службы занятости России в целом; единый подход к расчету показателей, однозначность их толкования; полная объективность оценочных показателей; использование действующих форм учета и отчетности.

Очевидно, что критериями эффективности работы органов службы занятости, следует считать повышение их роли в организации рынков труда и степень удовлетворения спроса со стороны как не занятых трудовой деятельностью граждан, так и работодателей.

Оценка деятельности региональных служб занятости только по традиционному показателю «уровень безработицы» и ряду других применяемых на практике частных показателей (содействие в трудоустройстве граждан, в том числе временном трудоустройстве, помощь в организации самозанятости и др.) может создать ложное представление об эффективности механизмов регулирования рынка труда со стороны центра занятости. В Институте экономики РАН разработана методика, предусматривающая не только анализ и оценку деятельности органов службы занятости населения, но и механизм сопоставительности между ними на основе принципов материального стимулирования. Целесообразно использование этой методики в условиях Муромского и региональных центров занятости России.

По поводу проблемы эффективного использования и средств региональных фондов занятости следует заметить, что значительная часть их, в том числе Муромского центра занятости расходуется неэффективно и на

цели, не являющиеся, по сути, прерогативой служб занятости. При этом отсутствует четко выраженная государственная политика при выборе направлений расходования собранных в фондах занятости средств.

По этой причине, при формировании новой политики в сфере расходования средств фонда занятости следует придерживаться следующих рекомендаций:

- приоритетным в современный период должна быть не высокочатратная при малой отдаче активная политика, а эффективная пассивная политика на рынке труда;
- пассивная политика могла бы опираться на систему социального страхования от безработицы с иными принципами аккумулирования средств, критериями и условиями выплаты пособий по безработице. Уже сейчас можно было бы приступить к внедрению некоторых ее элементов. В первую очередь следует расширить источники финансирования пассивной политики. Помимо работодателей на начальном этапе в формировании ресурсов, необходимых для ее проведения, должны участвовать сами работники (занятые), получающие доход, а в расходах на такие статьи, как содержание служб занятости и их штатов, и государство.

Принципиально важно одно - имеет ли человек право на пособие по безработице, то есть, участвовал ли он в период своей занятости в формировании страхового фонда. Если да, то размер его пособия, продолжительность и регулярность выплат не должны зависеть от власти чиновников. Они могут определяться продолжительностью и суммой выплаченного страхового налога (пропорционального размеру заработка), а не только величиной заработной платы в течение последних месяцев на последнем месте работы. Сумма пособия для каждого безработного может быть постоянной (как один из вариантов) в течение всего законодательно установленного периода регистрируемой безработицы. Ее выплата не должна зависеть от факта явки безработного для перерегистрации в службах занятости, отказа от предложенных работ и т.п. Это к тому же сократит нагрузку на сотрудников служб занятости, упростив процедуру расчета пособия, позволит им отказаться от таких "полицейских" обязанностей, как отслеживание и наказание нарушителей режима перерегистрации путем лишения их пособия.

С.А. Варламов ЗАО МАКСК МЖК, А.В. Лобашов, ВлГУ г. Владимир, Россия

## **МОЛОДЕЖНОЕ ЖИЛИЩНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ**

Жилищная проблема была и остается одной из наиболее сложных и острых для Владимира. От ее решения зависит не только моральное и физическое здоровье людей, но и их политические оценки.

Происшедшие за последние годы в строительном комплексе и на рынке жилья изменения, которые выразились в уменьшении разницы между инвестиционной и рыночной ценами жилья, привели к невозможности использовать прежнюю практику, когда часть средств от рыночной продажи жилья использовалась на строительство бесплатного жилья для очередников. Привлечение для инвестирования кредитов коммерческих банков негативно отражается на себестоимости жилья, увеличивая его значительно по сравнению с чисто подрядными ценами.

Разработанные за последнее время жилищные программы призваны решать проблемы ряда категорий населения, однако, число семей, состоящих в очереди, практически не уменьшается. Период ожидания квартиры в очереди приближается к 20 годам. Человек получает жилье в конце своей жизни, большую ее часть живет в условиях, не соответствующих санитарным нормам. Особенно остро жилищная проблема стоит перед молодыми семьями. Как показывают результаты социологических опросов, среди причин, по которым молодые семьи не желают заводить детей, на первом месте стоит отсутствие перспектив на приобретение жилья. Почти 50% браков распадаются. Средняя продолжительность брака у разведенной молодежи до 30 лет - 3,1 год. Жилищные проблемы оказывают негативное воздействие и на другие аспекты социального состояния молодежной среды, в том числе: здоровье, образование, рост преступности и др.

Государство в решении жилищной проблемы граждан делает ставку на ипотечное кредитование, но отсутствие бюджетных средств на эту программу и высокая стоимость выдаваемых за счет иностранных инвесторов ипотечных кредитов делает их недоступными для большинства горожан.

Анализ ситуации позволяет утверждать, что жилищная политика во Владимире должна учитывать сложившуюся ситуацию в социальной сфере и определить, как особую - жилищную проблему молодежи.

Целевая Программа «Молодой семье - доступное жилье» разработана ЗАО МАКСК МЖК г. Владимира.

Программа создана на основе изучения жилищной проблемы молодежи и предлагает финансово-кредитный и организационный механизм оказания государственной и иных видов поддержки молодым семьям и отдельным молодым гражданам в строительстве (реконструкции) и приобретении жилья на 2002 - 2012 гг.

Программа предполагает мобилизацию средств населения, но на первом этапе средства на ее реализацию предусматриваются в бюджете города Владимира как бюджетные инвестиции для оказания адресной го-

сударственной поддержки молодым семьям и молодым гражданам в виде предоставления им средств на возвратной основе (целевые возвратные займы) для улучшения их жилищных условий.

Под молодыми семьями понимаются семьи, в которых возраст одного из супругов не превысил 30 лет, а также семьи, в первые три года после создания, в которых оба супруга впервые вступили в брак.

Право на получение государственной поддержки на строительство (реконструкцию) или приобретение жилья имеют молодые граждане, постоянно проживающие во Владимире, признанные решениями органов местного самоуправления нуждающимися в улучшении жилищных условий. Такое право используется молодой семьей только один раз, после чего она снимается с учета по улучшению жилищных условий.

Реализация Программы создаст условия, при которых она через пять лет будет самофинансируемой, объединит в себе элементы классической ипотеки, немецкой системы стройсбережений, российских ЖСК, ссудосберегательных союзов и обеспечит их единство с процедурами долевого участия граждан и предприятий в инвестировании строительства жилья.

Основной целью реализации Программы является ускорение обеспечения доступным жильем молодых семей и отдельных молодых граждан Владимира.

Для достижения сформулированной цели необходимо решить следующие основные задачи:

1. Создать финансово-кредитного механизм государственной поддержки молодых семей и отдельных молодых граждан при строительстве (реконструкции) или приобретении жилья.

2. Мобилизовать бюджетные и внебюджетные ресурсы для улучшения жилищных условий молодежи.

3. Создать систему законодательных и нормативных правовых актов, обеспечивающих активную государственную поддержку строительства (реконструкции) и приобретения жилья при личном участии гражданина.

4. Поддержать и стимулировать инициативу молодежи по улучшению своих жилищных условий.

А.В. Голумидова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ РЕГИОНАЛЬНОГО ДОРОЖНО-СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА**

В России в годы плановой экономики центральные плановые органы давали приоритет крупномасштабным перевозкам грузов тяжелой промышленности, военно-промышленного комплекса. Это, прежде всего, перевозка руды, металла, угля, леса. Поэтому все внимание правительство

страны уделяло развитию железнодорожного транспорта. Автомобильному транспорту была отведена второстепенная роль - обслуживание товаропроизводителей, сельского и городского населения. Отсюда и инвестирование дорог осуществлялось по остаточному принципу. Достаточно еще раз отметить, что строительству автомобильных дорог не был придан отраслевой статус.

До конца пятидесятых годов строительство и ремонт общегосударственных дорог финансировалось из бюджета, местные дороги - за счет трудового участия колхозов в строительстве и ремонте. К 1950 г. в стране практически отсутствовала сеть местных автомобильных дорог с твердым покрытием при огромном несоответствии потребностям экономики. Необходимость кардинального изменения отношения к дорогам и порядку финансирования дорожного строительства стала очевидной. В порядке эксперимента в начале 50-х годов были применены более прогрессивные для тех лет методы организации выполнения и финансирования работ по строительству и ремонту местных автомобильных дорог: в колхозах и совхозах создавались постоянные дорожные бригады, строительство дорог велось силами машинно-тракторных и ремонтно-технических станций (МТС и РТС) по прямым договорам, т.е. с использованием средств заказчика - колхозов и совхозов. Для хозяйств первоочередными были полевые работы, поэтому дороги оставались на втором плане. Это сказывалось на объемах и качестве дорожных работ и проблема ликвидации бездорожья не была решена.

К концу пятидесятых годов отставание дорожного строительства и бездорожье, тормозившие экономическое развитие, потребовали со стороны правительства введения нового механизма финансирования дорожных работ. Общая направленность проводимой политики в совершенствовании финансового механизма дорожного строительства на местах с 1959 г. заключалась в постепенной замене натуральной формы участия - денежной, а также в возрастании роли специализированных дорожных организаций в вопросах планирования и выполнения дорожных работ. На наш взгляд, 1959 год следует считать годом зарождения дорожно-строительного комплекса в его простейшем виде.

Дальнейшее совершенствование финансирования хозяйственного механизма дорожно-строительного комплекса с достаточной степенью допущения можно разделить на 4 временных этапа:

1-й этап (1959-1980 гг.) - внедрение и становление нового механизма и целевого финансирования дорожно-строительного комплекса;

2-й этап (1981-1988 гг.) - совершенствование порядка привлечения предприятий и хозяйственных организаций к выполнению и финансированию дорожных работ;



3-й этап (1989-1992 гг.) - переход к финансированию дорожно-строительного комплекса за счет средств целевых налогов.

4-ый этап (1992-2002 гг.) – переход к формированию и использованию целевых федеральных и территориальных дорожных фондов.

Источники формирования целевых дорожных фондов представлены ниже.

Дорожный фонд	Налоги
Федеральный	на реализацию горюче-смазочных материалов; налог на пользователей автомобильными дорогами г. Москвы и г. С.-Петербурга; на приобретение транспортных средств в г. Москве и в г. С.-Петербурге (кроме личных легковых);
Региональный (территориальный)	на пользователей автомобильных дорог в регионе; с владельцев транспортных средств в регионе; на приобретение автотранспорта в регионе (кроме личных автомобилей).

С января 2003 г. формирование инвестиционных ресурсов региональных дорожно-строительных комплексов планируется осуществлять в составе регионального консолидированного бюджета.

Целевая дорожная часть бюджета будет формироваться из транспортного налога, доли акцизов на реализацию горюче-смазочных материалов, доли земельного налога. Дополнительным источником могут стать недоимки пользователей прошлого периода.

Логика формирования инвестиций из этих трех элементов ясна: они, в основном, определяют связь дорог, транспорта и износ дорог. Анализ составляющих инвестиций показывает, что наиболее динамичным и предсказуемым станет транспортный налог: с 1992 по 2002 гг. идет лавинообразный прирост числа автомобилей. Так, в г. Владимире ежегодный их прирост составляет свыше 15 %.

Что касается акцизов, то за их счет весьма трудно взыскать средства с предприятий, торгующих ГСМ. Механизм сбора акцизов не отработан и скорее всего в 2003 г. на средства за счет акцизов рассчитывать не приходится.

Земельный налог в 2001 г., как известно, вырос, что привело к отказу малоимущих от части площадей, большинство сельскохозяйственных предприятий не имеют возможности оплаты - отдают земли в аренду. Налог же с арендных земель в дорожную часть бюджета не поступает.

Все это вызывает опасение о наполняемости дорожных инвестиционных ресурсов комплекса, потребность в которых во Владимирской области только на текущее содержание составляет свыше 350 млн руб. в год. В этих условиях новое строительство, реконструкция существующих дорог, состояние которых неудовлетворительно и ведет к большому экономическому ущербу из-за роста себестоимости перевозок, потерь времени в пути и т.д., не будут осуществляться из-за отсутствия средств. Совершенно

очевидна необходимость системного научного подхода к вопросу оптимизации использования таких ограниченных ресурсов и прогнозированию их потоков с целью получения максимальной выгоды для региона, плательщика налогов.

Дальнейшие исследования будут направлены на разработку методик управления такими ограниченными ресурсами.

А.В. Голумидова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ОПТИМИЗАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОГРАНИЧЕННЫХ РЕСУРСОВ РЕГИОНАЛЬНОГО ДОРОЖНО-СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА**

Экономика страны и регионов несет ощутимый ущерб из-за бездорожья и низкого качества дорог. В условиях глобальной автомобилизации и недостатка средств на совершенствование дорог этот процесс будет все более усугубляться.

Дорожная инфраструктура требует средств на новое строительство (так как протяженность и плотность сети дорог в России ниже, чем в слабо-развитых странах), реконструкцию существующих дорог, не удовлетворяющих требованиям современного автомобильного транспорта, восстановление (ремонт) изношенных элементов дороги и содержание сети дорог. В условиях круглогодичного воздействия погодно-климатических факторов, эти виды работ только для Владимирской области ежегодно требуют свыше 350 млн рублей. Наиболее значимая часть-ликвидация выбоин и локальных разрушений (ямочный ремонт), снегоочистка, борьба с гололедом, рубка кустарника, окашивание обочин и т.д.

Формируемые в 1992-2002 гг. целевые федеральный и территориальные дорожные фонды не способствовали улучшению инвестиционной ситуации в дорожно-строительном комплексе регионов. Так, во Владимирской области в 1999 году территориальный дорожный фонд составил 830 млн руб., в 2001 г. - 860 млн руб. при требуемых только для ремонта и содержания свыше 1 млрд руб. Эта сумма от года к году будет расти, т.к. протяженность дорог с необеспеченными показателями прочности и ровности из-за «недоремонта» возрастает.

С 2003 г. положение с формированием инвестиций в дорожно-строительном комплексе региона еще более усугубляется из-за ликвидации дорожных фондов как самостоятельных и замены источников финансирования. Последнее обстоятельство наводит на мысль, что такие составляющие ресурса как акцизы от реализации ГСМ, в малой степени повлияют на рост инвестиций, поскольку есть много нерешенных проблем по взиманию акцизов. Прогнозируемые инвестиции в дорожно-строительный комплекс

2003 г. составляют всего 660 млн руб. Что касается транспортного налога, то он однозначно и просто может быть взыскан. Сопоставления показывают, что при требуемых 1200-1300 тыс. руб. для своевременного ремонта (даже без нового строительства) дефицит средств составляет около 50 %.

Все изложенное выше говорит о практически полном отсутствии средств на расширение дорожного строительства, в котором наш регион нуждается; во Владимирской области свыше тысячи населенных пунктов не имеют подъездных дорог. Очевидна необходимость поиска новых, дополнительных источников инвестиций для дорожно-строительного комплекса. К примеру, обложение дорожным налогом бизнеса по производству и реализации запасных частей к автомобилям, шин и т.д., привлечение частного капитала для альтернативных высокотехнических автомобильных дорог, мостов.

Ограниченные ресурсы всегда нуждаются в их оптимальном использовании. Нами предложена методология оптимизации средств регионального дорожно-строительного комплекса с целью получения наибольшего регионального эффекта.

В данном случае за критерий оптимальности расходования средств приняты суммарные дисконтированные затраты по сети дорог за межремонтный срок. При этом исходили из того, что определяющими составляющими затрат являются единовременные (вложения в строительство и реконструкцию дорог, вложения в подвижной состав; затраты на ремонты элементов дороги; затраты на грузо- и пассажироперевозки (транспортная составляющая текущих затрат); затраты на содержание дорог (дорожная составляющая текущих затрат).

В качестве определяющей методологии нами был принят метод по координатного спуска при следующих допущениях:

- 1) Затраты на содержание дорог-величина постоянная и ее вычитают из располагаемого бюджета, следовательно в расчетах она не фигурирует.
- 2) Единовременные затраты из-за малой колеблемости величины также приняты постоянными и исключены из расчета.
- 3) Оптимизация проводится для сформированного годового фонда дорожно-строительного комплекса.

Тогда в оптимизационном процессе будут фигурировать две инвестиционные переменные - единовременные затраты на новое строительство и капитальный ремонт. Они и будут определять переменную величину суммарные дисконтированные затраты. Смысл заключается в том, что при приращении протяженности ремонтируемых дорог, снижается объем нового строительства; изменение при этом транспортной составляющей текущих затрат влияет на суммарные затраты. Для получения однозначной картины оптимизации задаемся постоянно возрастающей величиной протя-

женности ремонтов через интервал  $\Delta L_{\text{рем}}$ , и, используя нормативы затрат на ремонты  $S_{\text{рем}}$  (1 км дороги по категориям), получаем потребные средства на капитальный ремонт. Расчет удобно вести в табличной форме.

Имея прогнозную кривую роста поступлений на перспективу, оптимизацию проводят по годам. Совершенно очевидно, что соотношение сколько строить нового и сколько ремонтировать, в каждом году будет различно.

С.Ю. Дерябин, ВлГУ, г. Владимир, Россия.

## **О ПРОБЛЕМАХ ИНВЕСТИРОВАНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА ЖИЛЬЯ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

Проблема жилья в регионе всегда была сложной, но сейчас обостряется в силу многих причин. Более 70 тыс. семей состоят на учете по улучшению жилищных условий. Особенно тревожит то, что для многих нуждающихся мечта о собственном жилье становится просто нереальной. Даже снять квартиру на некоторое время весьма обременительно.

Суть ситуации в том, что в прежние годы этот вопрос решался через госинвестиции, когда доля бюджетных средств составляла свыше 90%. В настоящее время на федеральном уровне разработана целевая программа «Жилище», которая действовала с 1993 по 2000 г. и в сентябре т.г. принята на период до 2010 г. Главное в ней - реальное финансовое наполнение в виде государственных жилищных сертификатов и субсидий. Через сертификаты должна решаться проблема обеспечения жильем граждан, уволенных с военной службы, число которых в области составляет 2470 семей, однако их реализация составляет четверть от годовой потребности.

Федеральные субсидии предусмотрены для «северян» и «чернобыльцев». В текущем году из запланированных 1,97 млн. поступило 500 тыс. руб. Размер субсидий из областного бюджета ежегодно возрастает, но он незначителен. В 2001 г. он составил - 1950 тыс. руб.

В то же самое время жилищный фонд стареет. Количество проживающих в ветхом и аварийном фонде за последние три года увеличилось более чем в три раза. По состоянию на начало 2001 г. он составил более 650 тыс. кв. м.

Не случайно появился и новый блок в программе «Жилище», которого не было в предыдущий период ее реализации: подпрограмма «Переселение граждан Российской Федерации из аварийного и ветхого фонда». Её реализация требует серьезной организационной работы на местах и финансового наполнения.

Для решения жилищной проблемы необходимо выработать новые кредитно-финансовые механизмы, пора вводить ипотечное жилищное кре-

дитование через специальные организации. При этом необходимо разработать такие механизмы управления кредитованием, которые вызвали бы доверие у населения.

В целях совершенствования нормативно-правовой базы долгосрочного жилищного финансирования и с учетом требований Бюджетного кодекса РФ в июне 2001 г. принят Закон Владимирской области «О поддержке жилищного строительства во Владимирской области». И казалось бы, что имеющейся нормативной базы достаточно для расширения деятельности фонда. Однако новизна вопроса затрудняет подготовку и принятие соответствующих постановлений главы администрации области, регламентирующих деятельность фонда в соответствии с областным законом. По этой причине из 10 млн руб., предусмотренных в бюджете на 2001 г., выделено всего 2,6 млн руб.

У этого направления есть и оппоненты, опасющиеся появления финансовой пирамиды, значительных рисков... Тем не менее уверенность в успешном решении данной проблемы внушает принятое 29 августа 2001 г. Законодательным Собранием области постановление № 309, которым утверждены состав и Положение о Комиссии по поддержке жилищного строительства во Владимирской области. В соответствии с этим документом должен осуществляться контроль финансовой документации.

Основным фактором, оказывающим сдерживающее влияние на развитие ипотечного кредитования в области, является неспособность большинства граждан приобрести жилье ввиду недостаточного уровня получаемых доходов.

Для получения ипотечного кредита в размере 30 % от стоимости квартиры необходимо иметь среднюю заработную плату не менее 3000 руб., тогда как средняя заработная плата по области в июне 2001 г. составила 2300 руб., в том числе работников бюджетной сферы 1440 руб. В таких условиях, из-за отсутствия у большинства населения достаточных доходов и собственных сбережений, ипотечное кредитование в настоящее время может быть рассчитано только на ту категорию людей, которая уже имеет жилье и желает улучшить свои жилищные условия. Для этого необходимо предусмотреть механизм реализации уже имеющегося у граждан жилья в счет оплаты при получении ими нового, а также порядок оценки недвижимого имущества и направления средств от его реализации на погашение выданного кредита.

В регионах внедряются ипотечные схемы и механизмы в целях решения жилищных проблем населения. Определенные наработки есть и в нашей области, поэтому можно и нужно говорить сегодня не просто о создании, а о совершенствовании уже имеющихся условий для развития жилищного строительства в области с участием частных инвестиций, в пер-

вую очередь средств населения. К сожалению, существует много нерешенных вопросов на уровне российского законодательства. Жилищный кодекс явно устарел, но его еще рассматривают в правительстве.

В самое ближайшее время для всех участников инвестиционного процесса, осуществляющих жилищное строительство, должен быть создан режим наибольшего благоприятствования. Это касается разработки конкретных документов, создания фондов поддержки в городах и районах области, своевременного и максимально возможного финансирования.

С.Ю. Дерябин, ВлГУ, г. Владимир, Россия.

## **УПРАВЛЕНИЕ ЖИЛИЩНЫМ СТРОИТЕЛЬСТВОМ В РЕГИОНЕ**

Переход к экономике привел к радикальным изменениям в жилищном секторе, обусловленным рынком жилья и жилищных услуг. Растет доля собственного жилья с использованием средств населения. Однако низкие доходы домохозяйств в таких дотационных регионах как Владимирская область всего 5-7 % населения имеют возможность его приобретать.

Свыше 70 тысяч семей (около 260 тыс. чел.) не имеют жилья и надежды когда-либо его получить. Принимаемые программы «Жилище», «Свой дом» не были реализованы из-за отсутствия инвестиций и слабой проработки вопросов их осуществления. Проблема жилья усугубляется тем, что через 5-10 лет истекает срок службы пятиэтажек крупнопанельного домостроения 60-х годов и тем, что низкое качество жизни угрожает восполнению трудовых ресурсов региона и страны в целом. Все это говорит об актуальности решения проблемы управления жилищным строительством на уровне региона.

Такая сложная проблема в условиях сложившейся экономики региона должна решаться комплексно, основываясь на системном подходе. В основе этой системы: земля, восполнение трудовых ресурсов, качество жизни, занятость, рост производства строительных материалов, оздоровление общества, рост производительности труда, рост продаж и т.д.

На наш взгляд, в основу управления жилищным строительством региона должны быть положены следующие этапы:

- обоснование «точки роста» жилищного строительства на среднесрочную перспективу 10-15 лет в соответствии с прогнозируемым ростом валового регионального продукта;
- прогнозируемая потребность в инвестициях с учетом групп населения по доходности и классу жилья;
- разработка модели инвестиционных потоков;
- экономическая оценка эффективности инвестиций в жилье для региона;

- построение прогностической траектории ввода жилья с учетом использования существующих и нарастания новых ресурсов строительно-инвестиционного комплекса.

Ю.А. Дмитриев, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Трансформационные процессы происходящие в ходе реформ оказывают огромное влияние на развитие региональной экономики, ее роли в государственном строительстве.

Формирование региональной экономики нового типа является одним из ключевых звеньев процесса создания рыночной среды. Стратегия развития регионов из проблемы экономической перерастает в проблему государственной самостоятельности, независимости России, ее национальной безопасности. Включение регионов в общегосударственные дела, развитие и совершенствование федеративных отношений приобретают чрезвычайно важное значение.

В настоящее время назрела настоятельная необходимость разработки государственной программы развития регионов, в которой должны быть обозначены меры по выравниванию социально-экономического развития регионов. Это должна быть не только программа выживания, но и, прежде всего, стратегическая программа развития региональной экономики, с учетом структурных преобразований в государстве ресурсов.

Российскому экономическому пространству свойственна большая неоднородность. Сегодня основную тяжесть в становлении новой экономики России несут регионы. Территориальными органами управления формируются межрегиональные и межгосударственные экономические отношения, усилиями предприятий формируются новые формы экономических связей.

Регионы представляют интересы территорий и населения, осуществляют инвестиционные, социальные программы и проекты, налаживают устойчивость российской экономики.

В рыночных условиях основная масса регионов должна обеспечить свою экономическую самодостаточность, располагать экономическим и производственным потенциалом, позволяющим им самостоятельно удовлетворять основные потребности комплексного развития территорий и населения за счет собственных ресурсов.

Достаточная самостоятельность территориальных органов позволяет им формировать экономическую стратегию и приоритеты в серьезных инвестиционных программах. Возможность маневра в экономическом

пространстве способствует регионам решать не только экономические и социальные, но и национально-культурные проблемы, объединять усилия с помощью межрегиональных ассоциаций, от федеральности которых во многом зависит сегодняшняя экономическая политика.

В рыночных условиях регионы занимают главенствующее место по развитию предпринимательства и предпринимательской среды, особенно по формированию малого предпринимательства. Малое предпринимательство придает экономике необходимую гибкость, позволяет дополнительно мобилизовать финансовые и производственные ресурсы, оптимально решать проблему занятости и другие социально-экономические задачи.

Предпринимательство становится неотъемлемым, объективно необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которого экономика и общество не могут нормально существовать и развиваться, основой формирования среднего класса.

В рыночных условиях экономическое благосостояние российских регионов определяется не только наличием исходных преимуществ, но прежде всего, качеством управления социально-экономическим развитием. Управление развитым регионом по сравнению с управлением его функционирования становится все более значимым.

Методы воздействия на ход социально-экономического развития можно свести к следующим трем группам:

- формирование в регионе благоприятных условий для развития бизнеса;
- регулирование деловой активности в регионе;
- прямая кооперация администрации региона и бизнеса.

Относительно самостоятельным фактором экономического развития любого региона в последнее время стал международный фактор: чем сильнее международные связи, тем больший импульс получает экономическое развитие региона. Содействие международным связям и международной торговли становится относительно самостоятельным и весьма эффективным инструментом экономического развития.

В настоящее время обязательной стадией работы по управлению социально-экономическим развитием региона является стратегическое планирование, которое может успешно использоваться при осуществлении антикризисных мер в регионах и городах, при управлении масштабными инфраструктурными проектами, при осуществлении инвестиционных планов и т.д.

Обогащение стратегии и конкретизация тактики преобразований, определение путей обновления России, форм и методов перехода к формированию рыночной экономики предполагают необходимость изучения особенностей формирования региональной экономики и ее роли в социально-экономическом развитии страны.



Р.В. Евстифеев, В/ф РАГС, г. Владимир, Россия

## **ЭЛИТООБРАЗОВАНИЕ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ (1989-2002 гг.)**

Процессы регионализации, идущие в современной России наряду с процессами централизации обуславливают необходимость изучения политических процессов, происходящих в субъектах Федерации. Одним из элементов регионального политического процесса можно назвать и процесс элитообразования.

Рост интереса к региональной проблематике тем не менее пока не привел к созданию единого исследовательского поля, многие особенности политических элит субъектов РФ остаются недостаточно изученными. Одним из первых шагов в изучении процесса элитообразования в регионе может быть историко-политологический анализ событий новейшей политической истории Владимирской области, на основании такого анализа можно выделить четыре этапа элитной трансформации в регионе.

I. Скрытый (латентный период) - до 1989 г. Постепенные изменения общеполитического и социокультурного характера создают условия для включения части областной элиты (номенклатуры) в новые для нее виды деятельности.

II. Период конверсии (1989 – 1991 гг.). Подготовленная к переменам номенклатура активно участвует в создании новых институциональных, экономических и политических условий развития страны. Это период формирования предпосылок для образования сообщества элит, время установления новых правил игры. Уходит в прошлое идеологическое единство советской элиты, складываются противоборствующие идеологические и политические лагеря. Появление совершенно новых сфер - публичной политики и бизнеса - открывает неизвестные ранее каналы рекрутирования кадрового корпуса элиты (именно на данный период приходится первая волна обновления высших слоев и происходит основное кадровое пополнение элиты «людьми со стороны»), начинает оформляться бизнес-элита. Идет конвертация статуса номенклатуры в экономический и политический капитал.

В результате произошедших перемен прежняя интегральная «номенклатура» фрагментировалась, а зачастую раскололась на враждующие группировки, объединенные социально-экономическими интересами, ресурсными возможностями, что создало предпосылки для ускорения формирования системы корпоративных интересов. Кардинально изменилась иерархия корпоративных группировок.

III. Период конфронтации («разброд и шатание») (1991 – 1996 гг.). Для этого периода характерна интенсивная политическая фрагментация, предпосылки которой были заложены в предшествовавший период. Развитию процесса фрагментации способствовали также институциональный дизайн послеавгустовской государственной системы и, кроме того, открытый переход к рынку (все главные экономические реформы были проведены в рассматриваемый период).

Формируются главные ветви элитной системы: администрация области, областной парламент, экономическая элита. Вместе с тем растущая политическая фрагментация ведет к эскалации напряженности между различными элитными группировками как на региональном, так и на местном уровнях. Декларативно заданные в демократические правила часто оказываются «лишними», мешающими и постоянно нарушаются. Политический режим того времени можно определить как неконсолидированную демократию. В этот период наблюдается массовый приход в элиту новых лиц, другого такого этапа обновления в области пока не было. Происходит поляризация сил, складывается новая конфигурация элитных группировок, при которой в стратегически наиболее выгодном положении оказывается коалиция, ориентирующаяся на администрацию Президента.

IV. Период стабилизации и «замораживания» (1996 г. – настоящее время). После силового введения новых правил игры устанавливается новый расклад сил, при котором одна из фракций элиты занимает доминирующее положение (во главе этой фракции нынешний губернатор Виноградов). При этом появление в «большой политике» новых лиц происходит по двум каналам: во-первых, это выборы, причем наиболее перспективными представляются выборы в Законодательное Собрание и выборы в представительные органы крупных городов, а во-вторых, это вхождение в команду важного политического актора, занимающего должность в органе исполнительной или законодательной власти.

Как показывает изучение биографических данных членов региональной политической элиты, источником ее формирования в основном являются экономические, а не политические (партийные) структуры. В целом можно выделить некоторые черты, присущие областной политической элите:

- преимущественное использование неформальных каналов лоббирования как наиболее эффективных для влияния на процесс принятия политических решений;
- закрытость элиты для новых членов, ее самозамкнутость;
- довольно низкая степень обновления элиты; отсюда - большой консерватизм и преемственность элиты;

- для пополнения политической элита использует главным образом неформальные каналы рекрутирования, т.е. ее обновление осуществляется преимущественно за счет элитарного резерва.

В.А. Зинин, ОАО «Владимироблгаз», г. Владимир, Россия

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ГАЗОВЫЙ КОМПЛЕКС РЕГИОНА**

В настоящее время в сфере газораспределения существует две крупные проблемы. Это характерный для многих регионов Российской Федерации нарастающий износ основных фондов, вызванный недостатком инвестиций в газификацию, и рост аварийных ситуаций на системах газоснабжения.

В 2002 г. на системах газоснабжения Владимирской области произошло 36 инцидентов и несчастных случаев (в 2001 г. – 29), в результате которых пострадало 8 и погибло 7 чел. Возникновение аварийных ситуаций в значительной степени обусловлено высокой изношенностью основных фондов газоснабжения.

В соответствии с Федеральным законом от 31.03.1999 г. № 69-ФЗ «О газоснабжении в Российской Федерации», основополагающими принципами государственной политики в области газоснабжения являются государственная поддержка развития газоснабжения в целях улучшения социально-экономических условий жизни населения и повышение уровня газификации на основе реализации федеральной, межрегиональных и региональных программ газификации.

Указом Губернатора Владимирской области от 17 мая 2002 г. № 14 «Об основных направлениях газификации объектов инфраструктуры ЖКХ Владимирской области на 2002-2005 гг.» утверждены Основные направления газификации региона и подчеркнута острая необходимость в увеличении ее темпов.

Учитывая низкую инвестиционную привлекательность строительства газораспределительных сетей, финансирование их строительства ведется преимущественным образом за счет целевых средств, выделяемых бюджетами всех уровней, и средств ОАО «Владимироблгаз».

Строительство разводящих газовых сетей для населения второй год подряд осуществляется в соответствии со схемой газоснабжения области, на долевой основе с участием ОАО «Владимироблгаз» - 30 %, местных бюджетов – 40 % и населения – 30 %. По такому принципу построены газовые сети в Юрьев-Польском, Меленковском, Селивановском и Петушинском районах. Финансирование на долевой основе доказало свою состоятельность, поскольку освоение средств было полностью прозрачным и контролировалось Региональным центром ценообразования в строительстве.

На развитие газового комплекса в 2001 г. в целом по области было направлено ресурсов на 14,29 % больше, чем в 2000 г. Рост был обеспечен в основном за счет собственных средств ОАО «Владимироблгаз» – на 50,25 %, за счет средств населения – 37 %. А местные бюджеты по сравнению с 2000 г. на 16,05 % снизили уровень своих инвестиций. В целом по области на газификацию было освоено 24,4 млн руб. капитальных вложений, введено основных средств на сумму 23,8 млн руб.

Капитальные вложения позволили ввести в эксплуатацию 178,3 км газовых сетей (в 2000 г. – 128 км – рост 39,3 %) из них в сельской местности – 72,85 км. Газифицировано 2984 квартиры, 57 котельных, 10 промышленных и 114 коммунально-бытовых предприятий. Переведено с потребления сжиженного на природный газ 7762 квартиры, проложено 46,49 км газопроводов из полиэтилена.

Строительство полиэтиленовых газопроводов обходится несколько дороже стальных, но цена потребления, т.е. объем средств, необходимых потребителю в течение всего срока службы объекта, дает существенную экономию, а потому газопроводы из полиэтилена считаются более предпочтительными для потребителей.

На построенном полиэтиленовом газопроводе на пос. Новлянка в Селивановском районе проводится эксперимент по определению его надежности при длительной эксплуатации под высоким давлением. Положительный результат эксперимента поможет создать соответствующую нормативную базу, что позволит увеличить темпы и качество газификации, как во Владимирской области, так и в Российской Федерации.

Решение большинства существующих проблем безопасного и бесперебойного снабжения потребителей природным газом – в увеличении объема инвестиций в газификацию с применением передовых технологий.

Е. Б. Исаев, ВИБ, г. Владимир, Россия

## **РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ**

Инвестиционный кризис 90-х годов был вызван рядом взаимосвязанных причин таких как: быстрое сокращение абсолютных объемов накопления и значительное снижение его доли в ВВП; изначальное сокращение бюджетных ассигнований и финансирования федеральных целевых и иных инвестиционных программ по остаточному принципу; уменьшение доли прибыли предприятий, направляемой на расширение производства.

Систематическое недофинансирование инвестиционных процессов в России привело к тому, что средний возраст оборудования в промышленности составляет 16 лет, а средний фактический срок его службы более 30

лет. Эти показатели в 3 раза превышают аналогичные показатели в развитых странах. Высокая степень износа основных фондов от 50 до 60% черевата массовыми техногенными катастрофами.

Наметившийся с 1999 г. процесс роста объема инвестиций в основной капитал (2000 г. – 1165,2 млрд руб.; 2001 г. – 1375,1 млрд руб.) в 2002 г. замедлился, хотя в суммовом выражении он вырос по сравнению с 2001 г.

Итоги 2002 г. показали, что российская экономика пока не может преодолеть состояние депрессивной стабилизации и перейти на новую траекторию темпов экономического роста.

Причина здесь кроется в ухудшении финансового положения многих предприятий и отсутствия у них собственных средств на инвестирование. На эту причину указали 53 % руководителей промышленных предприятий опрошенных по 77 регионам Госкомстатом России.

В числе других причин, сдерживающих инвестиционную деятельность, участники опроса указали на недоступность получения банковских кредитов из-за высоких процентных ставок, а также на ухудшение в стране инвестиционного климата.

Внешними источниками финансирования инвестиций служат средства бюджетов всех уровней, сбережения населения, высокоэффективные иностранные инвестиции. Однако эти источники задействованы крайне слабо.

Население не вкладывает деньги в ценные бумаги в силу неразвитости и нестабильности фондового рынка, плохой информированности, ограниченности доступа и недоверия к существующим институциональным посредникам, в том числе инвестиционным фондам и банкам.

Сегодняшние реалии показывают, что фондовый рынок и кредитная система не играют заметной роли в аккумулировании сбережений населения и их трансформации в инвестиции.

Российские банки в 2000 г. предоставили кредиты на вложения в основной капитал в сумме 26 млрд руб. что составило около 4 % общего объема соответствующих источников финансирования. На таком же уровне в процентном отношении по финансированию инвестиций находится и банковская система Владимирской области.

Активизации банковского инвестирования препятствует высокий уровень риска вложений в реальный сектор, краткосрочный характер сложившейся ресурсной базы банков, несформированность рынка эффективных инвестиционных проектов.

Структура банковской системы Владимирской области представлена 33 филиалами столичных банков, включая Сберегательный банк РФ, на которые приходится более 97 % работающих активов и только 3 % работающих активов – на самостоятельные региональные банки.

Проблему активизации инвестиционной деятельности невозможно решить без выработки правильной стратегии развития банковской системы региона с опорой на самостоятельные банки. Для этого необходимо укреплять капитальную базу и расширить их филиальную сеть, безусловно, не ослабляя работу с действующими филиалами столичных банков.

Именно опора на региональные самостоятельные банки, даст инвестиционный эффект если не сразу так в ближайшей перспективе по следующим причинам.

Во-первых, именно самостоятельные региональные банки заинтересованы в развитии местной экономики, они хорошо знают промышленно-хозяйственную инфраструктуру региона, конкретных хозяйствующих субъектов, масштабы их деятельности, производственные возможности.

Во-вторых, региональные банки тесно сотрудничают с местными властями, предприятиями, организациями и отдельными предпринимателями.

Целью региональной банковской системы должно быть стимулирование реализации системно-инновационной стратегии экономического развития региона, на основе внедрения и использования высокоэффективных машин, оборудования, и прогрессивных технологий, позволяющих постоянно повышать социально-экономическую эффективность.

Л.В. Камеристова, А.Н. Милкин, ФРТК «ФОТЕК», г. Владимир, Россия

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА**

Модель «Развиваться на принципах демократии (между выборами)» разработана по технологии структурного анализа и проектирования (*SADT*). Под гражданским обществом понимается общество, в котором в рамках Конституции Российской Федерации каждый гражданин или группа граждан имеют возможность и способность к самоорганизации для самостоятельного и под свою ответственность решения проблем или реализации своих интересов в партнерстве с городским сообществом, в том числе с органами власти.

В России, в целом, и во Владимирской области, в частности, созданы правовые условия для непосредственного участия граждан в процессе самоуправления территорией. Демократические принципы, заложенные в них, не препятствуют самоорганизации граждан.

Гражданская активность населения во многом зависит как от того, насколько эффективно власть осуществляет свои функции, так и от потребностей самого населения. Чем деятельность власти менее отвечает на потребности общества, тем более растет активность населения. К сожалению, пока власть не в состоянии предложить обществу какие-либо альтер-

нативы, которые бы не только решали проблемы общества, но и реализовывали его интересы в развитии. Вместо движения вперед обществу предлагается политика отставания.

Это ускоряет развитие полицентризма в обществе. Постепенно управление обществом смещается из субъекта, принимающего решения, и растворяется в структурах, готовящих и продавливающих свои решения. В этих условиях, гражданская активность населения должна быть направлена на представление власти разумных альтернатив развития, согласованных и разделяемых всем городским сообществом.

Однако в обществе культура самоорганизации развита слабо. Многих еще пугает сама бюрократическая процедура создания организаций. Не случайно, диагностика социально-экономического развития Владимирской области, которую провел «Суздаль - клуб» в 2002 г. свидетельствует о слабости и несамостоятельности некоммерческого сектора. И это несмотря на успешное функционирование ресурсного центра «ДАНКО», активное использование различных видов муниципальной поддержки (например, муниципального социального гранта).

Развитость городского сообщества определяется также степенью осознания гражданами личной ответственности за развитие города, когда свои проблемы граждане в состоянии решать бесконфликтно, согласованно со всеми заинтересованными слоями общества, способствуя как развитию различных групп граждан, так и развитию города в целом.

Подчас решить проблемы или реализовать интересы групп граждан невозможно без изменения социально-экономической системы, в которой функционируют эти группы. Следовательно, необходимо согласование экономических и социальных интересов различных групп граждан.

Такое согласование достигается в рамках проектной работы, в основу которой положен принцип открытости и прозрачности - технологии структурного анализа и проектирования (*SADT*).

*SADT* выстраивает конструктивное взаимодействие различных целевых групп - носителей различных интересов, основанное на взаимном доверии, открытости, заинтересованности в позитивных изменениях в обществе. Она обеспечивает синтез представлений о социально - экономических и управленческих процессах в точные, непротиворечивые и согласованные модели, обеспечивающие достижение целей, в рамках конструктивного информационного взаимодействия. Цели могут определяться как проблемами, так и интересами целевых групп, и, непосредственно, граждан.

Подготовленные программы развития могут уточняться в процессе их обсуждения в органах местного самоуправления. Так как в основе каждой из программ лежит согласованная модель, то любые изменения, вносимые в программы на этапе согласования, будут идти только на их улучшение.

Уже на стадии разработки программ складываются новые социальные и экономические отношения между группами граждан, и с этими отношениями все согласны. Поэтому, принятие программ органами власти станет лишь формальным фактом нормативного закрепления этих отношений.

В.В. Киселев, АТиСО, г. Москва, Россия

## **КРУПНЫЕ РОССИЙСКИЕ КОРПОРАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Возрастание роли крупной корпорации в территориальной социально-экономической системе обусловлено рядом факторов:

- являясь «локомотивами» национальной экономики крупные корпорации определяют основные параметры социально-экономического развития многих российских регионов: формируют значительную часть валового регионального продукта и регионального бюджета, выступают в качестве основных работодателей и т.п.;
- располагая существенными финансовыми ресурсами, политическим влиянием во властных структурах, разветвленной системой лоббирования своих интересов крупные корпорации имеют большие возможности воздействия на территориальную социально-экономическую систему, как на региональном уровне, так и на уровне муниципального образования;
- интеграция российских регионов в мировое хозяйство осуществляется в основном через крупные корпорации, их дочерние предприятия и филиалы, функционирующих на территории региона.

Однако следует подчеркнуть, что размещение крупных корпораций по обширной территории России весьма неравномерно. Об этом свидетельствует, например, исследование, проведенное журналом «Эксперт» в 2002 г.: 12 крупнейших корпораций находятся в Москве, 10 - в Татарстане, 7 - в Башкортостане, 6 - в Нижегородской обл., по 5 - в Санкт-Петербурге, Тюменской, Кемеровской обл.; по 4-6 - в Самарской, Вологодской Челябинской обл. и Хабаровском крае, по 3 - в Ростовской и Белгородской обл., по 2 - в Республике Саха (Якутия) и Республике Коми, Липецкой, Иркутской, Оренбургской, Пермской обл., по 1 крупнейшей корпорации зарегистрировано в 15 регионах России. Таким образом, в 46 регионах России не зарегистрировано ни одной из ста крупнейших отечественных корпораций.

На территории конкретного региона роль и место крупных корпораций в социально-экономической системе имеют свою специфику. Несмотря на особенности деятельности крупных корпораций на конкретной территории российского региона, в процессе формирования территориальной социально-экономической системы возникли и общие проблемы, которые



ждут своего решения. Наиболее острыми вопросами, по нашему мнению, являются:

- реальная угроза формирования олигархических структур как слияние крупного капитала с региональной государственной властью;
- стремление крупных корпораций сбросить с себя социальные расходы, связанные с развитием социально-экономической инфраструктуры на территориальном уровне;
- в отношениях крупных корпораций с органами муниципального образования на первый план все более выдвигаются экологические проблемы;
- наконец, одной из острейших проблем формирования территориальной социально-экономической системы остается вопрос о более справедливом распределении природной ренты между российскими регионами.

Формирование эффективной территориальной социально-экономической системы во многом зависит от упорядочения деятельности крупных корпораций в рамках социально-экономического пространства конкретного региона. Основными направлениями более эффективного функционирования этой системы следует считать:

- совершенствование правовой основы деятельности крупных корпораций на федеральном и региональном уровне;
- последовательная и жесткая государственная политика, реализующая принцип равноудаленности власти от бизнеса;
- разработка этического кодекса поведения крупной корпорации, в котором корпоративные интересы не противоречили бы социально-экономическим интересам населения, проживающего на территории, являющейся объектом деятельности корпорации.

А.В. Кретинин, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ**

Как известно промышленность – ведущая отрасль экономики, влияющая на социально – экономическое состояние Владимирской области. В промышленности производится 40 % валового регионального продукта, работает треть от числа занятых в экономике, сосредоточено 27 % основных фондов области. Более половины налоговых поступлений в бюджет области приходится на промышленные предприятия.

Область имеет значительный удельный вес в производстве РФ по отдельным видам промышленной продукции: сортовой посуде – 57,8 %, брезенту – 52,1 %, стрелочным переводам широкой колеи – 51,1 %, телевизорам – 30,5 %, строительному стеклу – 24,8 %, мотоциклам, мотороллерам и

мопедам – 21,9 %, стеклобутылками – 21,5 %, льняным тканям – 20,1 %, поливинилхлоридному пластику – 18 %, тракторам – 10,9 %.

Доминируют в основном обрабатывающие отрасли: машиностроение и деревообрабатывающая промышленность. Топливо-энергетический комплекс области представлен электроэнергетикой и топливной промышленностью, при этом собственное производство электроэнергии обеспечивает около трети от внутриобластного потребления, большая часть – **поступает из** других регионов России. Такая структура промышленности сформировалась вследствие отсутствия значительных природных ресурсов, а также удобного транспортного расположения области, наличия квалифицированной рабочей силы. С учетом значимости данного сектора экономики очень актуальным направлением деятельности является совершенствование промышленной политики на региональном уровне.

По нашему мнению, промышленная политика призвана обеспечивать обновление научно-технической и технологической базы производства – систем высокопроизводительных машин, оборудования и технологий, реализующих современные достижения науки, техники, технологий и обеспечивающих повышение качества и конкурентоспособности промышленной продукции, создание благоприятных условий для привлечения в промышленное производство капитала предпринимательских структур, в том числе иностранных. Основное содержание любой политики – выбор приоритетов. Для региональной промышленной политики это научно-технологические приоритеты, которые определяются в соответствии со следующей логикой: первое – прогноз емкости и структуры внутреннего и внешнего рынков важнейших видов промышленной продукции и услуг; второе – определение основных ограничений (спросовых, ресурсных, инфраструктурных, экологических, социальных и др.), обуславливающих низкую конкурентоспособность производства; третье – выявление наиболее актуальных проблем повышения эффективности производства, для решения которых использование результатов НИОКР является необходимым условием; четвертое – определение целевых технико-экономических параметров новых систем машин, технологий и материалов, достижение которых позволит сохранить или укрепить конкурентные позиции соответствующих отечественных товаров и услуг.

Здесь важно подчеркнуть следующее:

- промышленная политика должна быть ориентирована на удовлетворение текущих и перспективных потребностей промышленности в обновлении производственного аппарата и номенклатуры продукции, что позволит отечественным товаропроизводителям более успешно парировать возможные «вызовы» в условиях ужесточения конкуренции на внутреннем и внешних рынках. Иными словами, в основе политики - «заказ»

реального сектора экономики на поисковые и прикладные научные исследования, опытно-конструкторские и опытно-технологические работы;

- изложенная логика выбора приоритетов позволяет обеспечить методически корректный переход от экономических проблем, возникающих на конкретных рынках промышленной продукции и услуг, к научно-техническим задачам, что дает возможность проводить оценку и отбор научно-технических мероприятий (проектов) по рыночным критериям.

Проведенный во Владимирской области анализ состояния промышленного производства позволил выявить следующие проблемы повышения конкурентоспособности, актуальные для всех или большинства отраслей: ресурсосбережение;

- увеличение доли продукции высокой степени переработки;
- расширение сырьевой базы производства;
- обеспечение гибкости производства;

Выявленные проблемы определяют общие экономические ориентиры для конкретных технологических направлений в рамках государственной промышленной политики, а уровень решения этих проблем служит критерием оценки эффективности этой политики. Конечно, государственная промышленная политика может быть реалистичной только в том случае, если она строится на принципах партнерства с бизнесом, предусматривающих взаимный учет интересов и ответственность по принятым обязательствам.

Эти и другие направления работы необходимо учесть при реализации «Концепции развития промышленности Владимирской области на 2003 – 2005 гг.

Д.Ю. Кузнецов, АТиСО, г. Москва, Россия

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ДЕФОРМАЦИИ В СТРУКТУРЕ КАПИТАЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ В ТРАНСФОРМИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ**

Одной из важнейших составляющих государственной инвестиционной политики является формирование эффективной территориальной (региональной) структуры капитальных вложений, выбор их приоритетных направлений как на федеральном, так и субфедеральном уровнях. Следует констатировать, что региональный аспект государственной инвестиционной политики до сих пор остается ее «узким» звеном, а сама эта политика, если понимать под ней комплекс мер государственного регулирования и стимулирования регионального инвестиционного развития, находится на стадии разработки.

Российские регионы не располагают стабильной налоговой базой для финансирования капиталовложений; нормативы отчисления налоговых поступлений в их бюджеты постоянно меняются и не всегда в их пользу. В сочетании с постоянным урезанием централизованных финансовых ресурсов это ведет к тому, что многие субъекты РФ не в состоянии финансировать инвестиции даже в отраслях жизнеобеспечения, во многих из них в последние годы не вводятся объекты социально-культурной сферы. Вследствие острого дефицита инвестиционных ресурсов большинство субъектов РФ находятся в депрессивном состоянии и не располагают возможностями для преодоления негативных социально-экономических последствий разразившегося в России глубокого инвестиционного кризиса.

Инвестиционный кризис в территориальном разрезе в наибольшей мере выразился: во-первых, в обвальном сокращении инвестиций в основной капитал во всех субъектах РФ; во-вторых, - в существенных деформациях в региональной (территориальной) структуре капитальных вложений. Так, объем капитальных вложений в РФ в 1998 г. сократился почти в 5 раз по сравнению с 1990 г.; однако в связи с активизацией инвестиционной деятельности после 1998 г. данный показатель несколько повысился и составил в 2000 г. лишь 26 % от уровня 1990 г.

С наибольшей глубиной инвестиционный кризис поразил Дальневосточный и Сибирский федеральный округа, в которых физический объем инвестиций в 2000 г. составил порядка 20 % от уровня 1990 г., т.е. сократился в 5 раз. Во всех округах, за исключением Южного и Центрального, объем капитальных вложений сократился за рассматриваемый период более чем в 3 раза.

Аналогичные негативные тенденции проявились и в региональной структуре капитальных вложений. Лишь два федеральных округа характеризуются устойчивой тенденцией повышения доли капвложений в общей их структуре: Центральный, в котором она выросла с 20,6 % в 1991 г. до 25,5 % в 2000 г. благодаря весьма благоприятному инвестиционному климату; Уральский – соответственно рост с 16,6 до 22,5 % в связи с приоритетным инвестированием профилирующих отраслей топливно-энергетического комплекса. Остальные федеральные округа, прежде всего, такие как Дальневосточный, Сибирский и Северо-Западный, на долю которых приходится лишь 22 % от общего объема капитальных вложений, характеризуются крайне низкими инвестиционным потенциалом и активностью.

Для исправления катастрофического положения органам государственной власти следует в корне пересмотреть государственную и региональную (территориальную) инвестиционную политику в целях оживления

инвестиционного климата и обеспечения социально-экономического роста субъектов Российской Федерации.

Е.Н. Куранова, Н.В. Андреева, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ВАЛОВЫЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ИНДИКАТОР РОСТА ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА**

В странах, где существуют значительные различия в уровнях экономического и социального развития их отдельных территорий, большое значение имеют региональные счета. Полная система счетов на региональном уровне предполагает, что каждый регион рассматривается как самостоятельная экономическая система.

Система национальных счетов (СНС) - это система взаимосвязанных показателей, применяемая для описания и анализа макроэкономических процессов более чем в 150 странах мира с рыночной экономикой. СНС возникла в наиболее развитых в экономическом отношении странах в связи с потребностью в информации, необходимой для практического принятия мер по регулированию рыночной экономики и формированию экономической политики.

Суть схемы СНС сводится к формированию обобщающих показателей развития экономики на различных стадиях воспроизводства и взаимной увязке этих показателей между собой. В настоящее время система показателей на основе СНС включает в себя порядка 20 показателей, среди которых - показатель валового регионального продукта (ВРП), характеризующего процесс производства товаров и услуг в соответствии с общими методологическими подходами СНС. Данный показатель является основным обобщающим показателем, характеризующим социально-экономическое развитие региона.

По своему экономическому содержанию ВРП считается близким региональным аналогом показателя валового внутреннего продукта, рассчитанного производственным методом на федеральном уровне. Методологически ВРП определяется как сумма вновь созданных стоимостей, произведённых в отдельном регионе. В рыночных ценах он равен сумме добавленных стоимостей отраслей экономики, созданных за отчётный период резидентными экономическими единицами, и рассчитанных как разница между выпуском и промежуточным потреблением, плюс чистые налоги на продукты.

Проведённый анализ изменения ВРП Владимирской области за период 1995-2000 гг. показал, что по отношению к базисному (1995) году величина ВРП уменьшилась. Максимальное уменьшение пришлось на 1998 г., когда величина ВРП составила 80,9 % по отношению к 1995 г., что объясняется уменьшением величины его составляющих: по отношению к

1995 г. производство товаров составило 78,2 %, производство услуг - 86,4 %. К 2000 г. производство услуг снизилось до 82,8 %, однако производство товаров составило 107,4 %. За счёт этого прироста в 7,4 % в 2000 г. показатель ВРП составил по отношению к 1995 г. 97,1 %.

В структуре ВРП на протяжении всего рассматриваемого периода производство товаров преобладало над производством услуг, данное соотношение колебалось в пределах 55 – 35 %. В структуре произведённых услуг преобладали рыночные услуги, их доля в ВРП составляла порядка 25 %, тогда как доля услуг нерыночного характера в ВРП составляла лишь порядка 10 %. Следует заметить, что если в 1995 г. разница между производством услуг рыночного и нерыночного характера составляла 11,7 %, то в 2000 г. разрыв усилился и составил уже 16,3 %. Таким образом, наблюдается уменьшение количества произведённых услуг нерыночного характера.

Производство ВРП в 1995 г. составляло 10679,3 млрд неденоминированных руб., в 1998 г. этот показатель достиг 15788,1 млн руб. или 80,9 % к уровню 1995 г. и в 2000 г. - 35449,9 млн руб. (97,1 %). ВРП в расчёте на душу населения составил соответственно 6488, 9706 и 22135 руб.

Таким образом, можно констатировать, что после спада производства в период 1996-1998 гг. в настоящее время экономическая ситуация во Владимирской области стабилизируется, о чём свидетельствует чётко прослеживаемая тенденция увеличения производства ВРП. И не смотря на то, что за рассматриваемый период 1995-2000 гг. производство ВРП так и не смогло достигнуть объёмов базисного года, это удалось осуществить в 2002 г. При этом в законе о бюджете на 2003 г. прогнозируемый объём ВРП составит 63771,2 млн руб., что по отношению к 1995 г. составит прирост в 110 %.

О.В. Лаптев, ВПАС, г. Владимир, Россия

## **МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ.**

Вследствие большой сложности региональной социально - экономической системы, принципиальное значение приобретает оптимизация управления, т.е. поддержание оптимальных соотношений между региональной экономикой и ее социальной средой, интересами к природным ресурсам и к охране окружающей среды и т.д. Поэтому естественно, что для теоретического анализа и практического использования, важное значение приобретает описание региональных структур с помощью системы взаимосвязанных экономико-математических моделей.

Методология математического моделирования и алгоритмизации слабоформализованных задач принятия оптимальных решений может быть

ориентирована на региональные системы, но имеет более широкую область применения. Отличительной чертой региональных задач является низкий информационный уровень математического описания, который характеризуется, во-первых, неопределенностью в выборе целевой функции и задании ограничений, связанной с наличием большого числа разноименных и противоречивых показателей вариантов системы, и, во-вторых, нестандартностью ситуаций принятия решений – возможностью вычисления для каждого варианта лишь значений показателей варианта и незнанием ряда важных свойств целевой функции и области поиска. Проектирование адаптивных алгоритмов поиска наилучших вариантов решений должно осуществляться на основе схем вариационного подхода к задачам оптимизации с использованием диалоговых итерационных процедур. Итерационная процедура характеризуется поочередной сменой этапов вычислений и принятия решений. На каждой итерации для дальнейшего исследования генерируется решение или группа решений. Сущность интерактивного метода состоит в участии лица, принимающего решение, на этапе формирования области допустимых стратегий. Данный подход связан с единым методологическим приемом более полной формализации нестандартных задач принятия решений.

Системы моделей должны описывать такое функционирование региона, при котором каждый уровень, исходя из своих локальных интересов (критериев), принимал бы решения (под воздействием экономических и административных рычагов управления со стороны вышестоящего уровня), согласующиеся с принципом глобального оптимума. Степень согласования локальных (индивидуальных) показателей с глобальными служит одним из важнейших критериев оптимальности управления региональной экономики.

В рамках структурного анализа выделяются подсистемы, наиболее полно отражающие целостность региона как системы:

- производственный комплекс региона, обеспечивающий воспроизводство товаров и услуг производственно-технического назначения;
- социальный комплекс, обеспечивающий условия жизнедеятельности и воспроизводства населения региона;
- бюджетно-финансовая система, обеспечивающая перераспределение валового регионального продукта между производственной и социальной системой.

Таким образом, на основе семантической сети понятий, правил формирования оценок и управления можно сделать вывод о том, что наиболее рациональной формой структурно-функциональных моделей являются модели системы, использующие описание ее состояния системы в различные

дискретные моменты времени, совокупность которых образует траекторию (движения) системы, т.е. динамику системы.

В качестве одного из вариантов это могут быть модели, синтезирующие достоинства эконометрического и оптимизационного моделирования. Данная точка зрения связана с тем, что при построении моделей регионального экономического развития, используя опубликованные данные, эконометрическое моделирование позволяет выявить большое количество зависимостей между экономическими показателями функционирования регионов. Кроме того, в теоретическом смысле эконометрические модели являются более гибкими по сравнению с другими видами моделей, и пригодны для эмпирических испытаний новых теорий регионального развития. Применение же оптимизационных методов обусловлено целенаправленным характером функционирования и развития региональных экономических систем. Сформированная таким образом оптимизационная эконометрическая модель позволяет оценивать как внутренние структурно-динамические процессы в региональной экономической системе, так и влияние внешних управленческих воздействий регионального уровня на достижение поставленной цели.

Эта модель отображает эмерджентные свойства и интересы региона как целостности. Они непосредственно не являются производными и не абсорбируют имманентных свойств и интересов региона, а весьма быстро адаптируются к свойствам его структурных отношений. Критерии оптимальности представляют собой редукцию на соответствующий локальный объект критерия модели общехозяйственной структуры региона, существенно дополняемую, однако, параметрами, значения которых определяются в результате расчетов по модели развития социально-бытовой инфраструктуры региона.

Е.Е. Лаптева, ВлГУ, г. Владимир, Россия; Рэми Джордж, Франция

### **РОЛЬ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА В СИСТЕМЕ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА**

Туристский бизнес – это структура механизма регулирования туристского рынка. Под комплексом обычно понимают совокупность предметов или явлений, составляющих одно целое. Сам термин гостиничный комплекс подразумевает под собой самостоятельную единицу, отдельный объект. Понятие гостиничный комплекс как система не рассматривается, поэтому уточним содержание данного определения. В связи с этим необходимо выявить особенность гостиничного комплекса, определяющаяся целями его деятельности.



С одной стороны гостиничный комплекс рассматривают лишь как совокупность предприятий и учреждений, относящуюся к муниципальному хозяйству (согласно Классификатору отраслей народного хозяйства гостиницы отнесены к отрасли «Жилищно-коммунальное хозяйство» - код по ОКОНХ 90220), и придают большое значение факту принадлежности данной отрасли. Подобный подход снимает с органов местного самоуправления заботу о создании условий для развития гостиничного комплекса региона, что является одной из важнейших функций их деятельности и снижает их интерес к созданию условий для инвестиционной и иной деятельности, направленной на создание благоприятных условий для хозяйствования на данной территории. Подобный подход ставит местное самоуправление над всеми другими хозяйствующими на территории субъектами, предполагает известные монопольные права его органов и дает им необоснованные преимущества в конкуренции, прежде всего с частным сектором на территории региона.

С другой стороны к гостиничному комплексу относят всю совокупность предприятий размещения туристов, расположенных на территории региона. Средства размещения туристов - любой объект, предназначенный для временного проживания туристов. Согласно действующему в Российской Федерации нормативному документу ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» средства размещения подразделяют на коллективные и индивидуальные.

Приведенная типовая классификация средств размещения не является единой во всех странах, как и классификация гостиниц. Введению единой классификации гостиниц в мире препятствует ряд факторов, связанных с культурно-историческим развитием государств, осуществляющих туристскую деятельность, их национальными особенностями, различиями в критериях оценки качества обслуживания и др.

В данном подходе существует критерий, по которому можно развести предыдущую позицию, определив, что в понятие гостиничного комплекса включаются хозяйствующие субъекты как муниципальной, так и иных форм собственности, но лишь те, деятельность которых служит удовлетворению коллективных потребностей населения в размещении.

Следовательно, под комплексом будем понимать совокупность хозяйствующих субъектов, ограниченных видом собственности, определенным характером деятельности и территорией, на которой осуществляется эта деятельность. Так, гостиничный комплекс любого региона существует в его границах, а права управления при осуществлении хозяйственной деятельности напрямую зависят от формы собственности хозяйствующих на ее территории субъектов.

Таким образом, гостиничный комплекс региона – это совокупность хозяйственных объектов (средств размещения), осуществляющих свою деятельность на территории данного региона, независимо от ведомственной принадлежности и форм собственности, воспроизводственный цикл которых тесно связан с обслуживанием и удовлетворением коллективных интересов и потребностей населения в размещении.

Роль гостиничного комплекса региона заключается в содействии развитию туризма, что связано с осуществлением внешней и внутренней совместной деятельности предприятий гостиничного хозяйства, и опирается на те же принципы завоевания авторитета и популярности, что и регион (как и любой центр туризма). Поэтому региональная политика области должна содействовать решению ряда оперативных задач и в то же время формулировать необходимые стратегические программы, нацеленные на будущее развитие гостиничного комплекса региона.

Из всего вышесказанного следует, что если туристская сфера региона – это совокупность социальных и экономических отношений, обеспечивающих развитие региона как туристского продукта, то гостиничный комплекс выступает инструментом конкурентного преимущества путем удовлетворения коллективных интересов и потребностей населения в размещении. Таким образом, посредством стратегического управления гостиничным комплексом регион должен воздействовать на всю сферу туризма, складывающуюся на данной территории.

Ю.Н. Лапыгин, П.Н. Захаров, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ЖКХ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Процедура разработки стратегии, основанной на определении видения, миссии и цели заключается в определении самих указанных характеристик организации в будущем; умозрительном переносе разработчика в то состояние организации, которое соответствует этим характеристикам; и проецировании указанного состояния на реальную среду с тем, чтобы определить действия, ведущие к идеальному результату.

Моделью, иллюстрирующей процедуру формирования стратегии, является планирование своей жизни человеком преклонного возраста для самого себя, как бы находящегося в прошлом (в юности): какую цель следовало бы поставить себе и какими путями к ней идти, чтобы, находясь в настоящем, получить результат, соответствующий идеальной картине возможных успехов с точки зрения самого человека. Однако после того как сформулированы видение, миссия и цели, переходить к разработке стратегии преждевременно. Стратегия не может быть оторванной от конкретной

организации и ее реального состояния. Поэтому необходимо произвести значительную аналитическую работу по выявлению сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз, которые открывает для нее внешняя среда, по исследованию проблемного поля и анализу действующей в организации стратегии.

Чтобы представить ситуацию в целом по организации, известный шведский профессионал в области управления и организационного развития Бенгт Карлоф рекомендует анализировать логику отрасли и саму организацию, а также портфель корпоративных бумаг. Нечто подобное предлагает и О.С. Виханский: учитывать как внешние, так и внутренние факторы функционирования организации, а также портфель выпускаемой продукции.

Но не увязнуть в деталях и мелочах, а увидеть главное и целиком всю картину позволяет системное представление об организации. Агрегат такой системы как организация в данном случае может быть представлен подсистемами, составленными на разных языках описания – конфигуратором. Конфигуратор формирования стратегии развития, состоящий из четырех описаний, выглядит следующим образом:

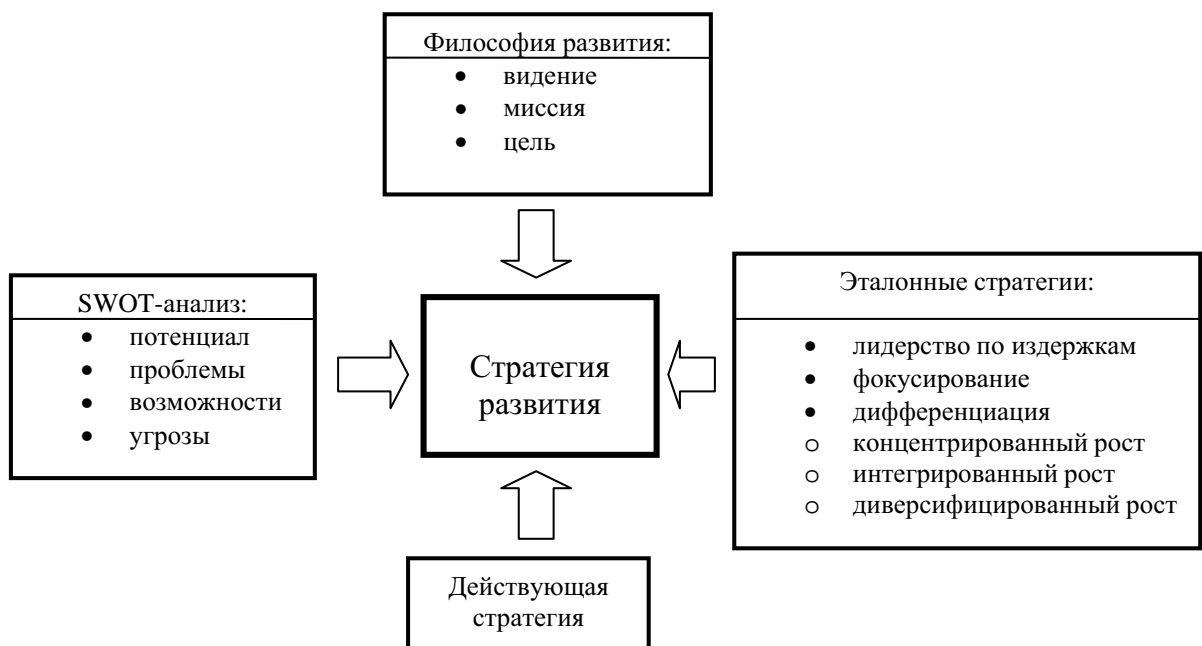


Рис. Системный конфигуратор факторов, определяющих стратегию развития

Вышеизложенное позволяет заключить предпочтительное применение школы планирования и дизайна при формировании стратегии развития жилищно-коммунального хозяйства муниципального образования. Кроме того, определяющая роль должна принадлежать школе конфигурации. При формировании стратегии управления ЖКХ необходимо использовать сис-

темный конфигурактор: видения, миссии и цели муниципального образования; результаты анализа внутренней и внешней среды; эталонных стратегий и действующей системы управления жилищно-коммунальным хозяйством муниципального образования.

Е.Е. Ломов, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

Переходный период развития экономики России характеризовался трансформацией отношений собственности. Конечная цель этого этапа состояла в преодолении доминирования одной формы собственности (государственной) и преобразовании ее объектов в другие формы на путях учета национальных особенностей и общемировых тенденций. Вновь созданными органами управления объектами государственной собственности стало Министерство государственного имущества РФ. В субъектах федерации для управления объектами государственной собственности были образованы территориальные комитеты по управлению государственным имуществом (КУГИ), которые создавались органами власти субъектов РФ и наделялись специальными правами в области имущественных отношений на региональном уровне.

В настоящее время по окончании процессов массовой приватизации в работе КУГИ на первый план выдвигается вопрос эффективного управления оставшимися объектами государственной собственности. Так как государственные интересы и интересы территориальных органов власти могли не совпадать, то в целях повышения эффективности управления этими объектами ликвидирована двойная подчиненность таких комитетов (впредь они будут подчиняться исключительно Минимущество РФ).

С образованием в России 7 федеральных округов создано аналогичное количество межрегиональных территориальных управлений (МТУ) Минимущества Российской Федерации, которые должны обеспечить проведение единой политики в отношении управления федеральной собственностью на уровне каждого конкретного региона.

На территории Владимирской области процесс изменения количественного соотношения предприятий и организаций по формам собственности характеризуется следующими масштабами и темпами.

1. С 1996 г. по 2003 г. во Владимирской области количество объектов государственной собственности увеличилось с 665 до 1076, а их доля в общем числе – с 3,7 до 4,4 % (максимальное значение имело место в 1999 и 2000 гг. – 4,9 %). Если с 1996 по 1999 г. объем государственной собствен-

ности в среднем увеличивался на 0,4 % в год, то после 2000 г. идет снижение данного показателя, происходит ежегодное уменьшение почти на 0,3 %.

2. Состав государственной собственности на территории Владимирской области представлен в нижеследующей таблице.

Виды государственной собственности	на 01.01.2002 г.	на 01.01.2003 г.
<i>Государственные предприятия</i>		
- федеральные		82
- субъекта федерации	80	86
<i>Государственные учреждения</i>		
- федеральные	476	422
- субъекта федерации	115	119
<i>АО с государственным участием</i>		
- федеральные	47	47
- субъекта федерации	41	39
<i>Объекты недвижимого имущества</i>		
- федеральные	7902	8377
- субъекта федерации	2885	4336

Из 47 ОАО с государственным участием у 11 – пакеты акций закреплены в федеральной собственности, в отношении 10 – имеются права на основе «Золотой акции», в 21 – пакетами акций управляет ГСУ «Фонд госимущества Владимирской области», в 8 – федеральный уровень собственности находится в стадии банкротства.

3. ФГУП, находящимися на территории Владимирской области, в 2002 г. перечислено в федеральный бюджет чистой прибыли в сумме 2 332,7 тыс. руб., а 11 ОАО федерального уровня собственности в федеральный бюджет перечислили дивиденды в сумме 1 926,2 тыс. руб., из которых 79,4 % приходится на долю ОАО «КЭМЗ», 5,9 % - ОАО «Камешковский механический завод», 4 % - ОАО «Владимирская офсетная типография», 3 % - ОАО «Владимиروبлгаз». На долю остальных ОАО пришлось от 0,25 до 1,8 %.

4. В 2002 г. в федеральный бюджет от приватизации федерального имущества и продажи земельных участков под приватизированными объектами недвижимости, осуществленных по решению КУГИ, поступило средств в сумме 3 267 тыс. руб., в том числе от приватизации федерального имущества – 2 588 тыс. руб., от продажи земельных участков – 679 тыс. руб.

5. Процесс передачи предприятий государственной собственности в муниципальную собственность был полностью завершён к 1998 г. С начала реформирования национальной экономики во Владимирской области 776 предприятий поменяли собственника. По объектам социально-культурного назначения этот процесс продолжается до настоящего времени, хотя и в значительно меньших масштабах, чем в прошлые годы. Если за 11 предшествующих лет из государственной собственности было пере-

дано 22075 объектов (по 2006 объектов в среднем за год), то в 2002 г. было передано 331 объект. Большая часть этих объектов относилась к жилому фонду – соответственно 16316, (1483) и 210. Аналогичная картина наблюдается по детским учреждениям – 492, (45) и 11, а также по котельным – 154, (14) и 2.

6. Стоимость государственного имущества по состоянию на начало 2003 г. по предприятиям составило 1275,6 млн руб. в федеральной собственности (без учета закрытых) и 702,7 млн руб. в областной собственности; по учреждениям соответственно – 3329,0 и 2024,5 млн руб.

7. Среднегодовая численность занятых в экономике области по организациям и учреждениям государственной собственности уменьшилась почти в 2,5 раза, а их доля в общей численности сократилась с 80,9 до 34 %.

8. Серьезные изменения по результатам деятельности государственных предприятий произошли в подотраслях промышленности. В настоящее время предприятия с государственной собственностью в цветной, топливной и стекольно-фарфоровой промышленности полностью отсутствуют. Наибольший удельный вес по масштабам работы государственные предприятия представляют в машиностроении, электроэнергетике, лесной и деревообрабатывающей промышленности. Так, в машиностроении ими производится до одной восьмой объема, на них работает каждый шестой, занятый в отрасли. В лесохозяйственном комплексе на государственных предприятиях вырабатывается одна двенадцатая объемов продукции при каждом восьмом из всех занятых. В электроэнергетике на государственных предприятиях в 2001 г. было выработано 5,6 % объема при доле работающих на них в 14,4 %. В легкой и мукомольно-крупяной промышленности государственные предприятия производят менее 3 % объема при доле занятых от 1,5 до 3 %. В пищевой, химической и нефтехимической промышленности объемы выпуска продукции на государственных предприятиях не превышают 1 %.

9. По решению губернатора Владимирской области в 2003 г. на 25 объектах и предприятиях государственной собственности предполагается провести приватизацию с обязательным закреплением 51 % акций в государственной собственности, на 5 – приватизация может быть осуществлена без каких либо ограничений и на 1 предприятии – путем преобразования в ОАО, в отношении которого принимается решение об использовании специального права «Золотая акция».

Кроме того, в этом же году 8 государственных предприятий подлежат приватизации по способам, установленным действующим законодательством, а на 8 действующих ОАО подлежат продаже пакеты акций (от

5,4 до 30 %), принадлежащие государству. Так же могут быть приватизированы 5 объектов культурного наследия.

В целом в 2003 г. от приватизации государственной собственности, включая доходы от продажи земельных участков, ожидаются бюджетные поступления в сумме 7 млн руб.

Приведенные данные свидетельствуют, что, несмотря на преобладание по всем макроэкономическим показателям структур частной собственности, экономическое благополучие населения Владимирской области в значительной степени зависит от уровня хозяйствования организаций и учреждений, основанных на государственной собственности.

Е.Е. Ломов, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **МЕХАНИЗМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ**

Несмотря на идущие до сих пор процессы дальнейшего разгосударствления собственности, государственная собственность остается довольно значимой составляющей источников поступления средств как в федеральный, так и в региональные бюджеты.

Неналоговые поступления в бюджет Владимирской области на 2003 г. определены в сумме 120,8 млн руб., что составляет 1,8 % по всем источникам его финансирования. В свою очередь, 33,5 % неналоговых поступлений формируются за счет доходов от имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности, и от деятельности государственных и муниципальных организаций, а также от дивидендов по акциям, находящимся в государственной и муниципальной собственности, и собственности субъектов РФ.

Поэтому для успешного финансирования целевых экономических и социальных программ чрезвычайно важная роль отводится повышению эффективности использования государственной собственности.

Механизмы и средства повышения экономической эффективности государственной собственности прописаны в Концепции управления государственным имуществом и приватизации в РФ. Реализация их, в первую очередь, видится на путях разработки частных методик, их информационного обеспечения и апробации в реальных условиях функционирования объектов государственной собственности.

Если инвентаризация объектов государственной собственности, разработка и реализация системы учета этих объектов и оформление прав на них, а также классификация объектов государственной собственности по признакам, определяющим специфику управления близки к полному завершению, то другие задачи, определенные указанной Концепцией, реша-

ются менее успешно.

Исходя из этого, в качестве первоочередных задач по повышению эффективности управления государственной собственностью следует считать:

а) внедрение в практику хозяйствования на объектах государственной собственности современных рыночных методов и финансовых инструментов с детальной правовой регламентацией процессов управления этими объектами;

б) управление объектами государственной собственности осуществлять на условиях действенного «государственного заказа», под которым понимать годовые и ежеквартальные директивные задания по ограниченному кругу основных направлений деятельности (техничко-экономическим показателям);

в) обеспечение жесткого контроля за использованием и сохранностью государственного имущества, а также контроля за деятельностью лиц, привлекаемых в качестве управляющих через систему личной материальной заинтересованности.

Кардинального изменения в интересах совершенствования системы управления государственной собственностью требуют механизмы и процедуры финансового менеджмента, маркетинга, аукционных продаж и аренды государственного имущества, образования фондов выплаты дивидендов и др.

Реализация указанных мероприятий будет способствовать существенному увеличению неналоговых доходов федерального бюджета, создающему предпосылки для снижения государством налогов на результаты деятельности коммерческих организаций; созданию благоприятных предпосылок для обеспечения выполнения хозяйственными товариществами и обществами общегосударственных функций, а также стимулированию развития производства, улучшению финансово-экономических показателей деятельности в этих товариществах и обществах, привлечению инвестиций; снижению расходов, связанных с управлением и т.д.

Е.П. Ломов, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **К ВОПРОСУ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ ЦЕНТРАЛИЗОВАННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КВАРТИРОСЪЕМЩИКОВ СЧЕТЧИКАМИ РАСХОДА ВОДЫ**

Платежи населения за водопотребление и водоотведение занимают далеко не последнее место в системе коммунальных затрат населения. Порядок исчисления платежей за рассматриваемые услуги, основанный на подушевом принципе, никоим образом не стимулирует, да и не может стимулировать жителей населенного пункта на экономию воды.



Установленная в г. Владимире норма расхода воды в 250-300 л в сутки в расчете на одного проживающего не может быть научно обоснована с позиций пользователя, хотя с ней можно и согласиться, если стать на позиции МПП «Владимирское водопроводно-канализационное хозяйство» (ВВКХ), исходя из практики его работы. Такой принцип расчета за водопотребление переносит ответственность за низкий уровень хозяйствования производителя услуги (огромные потери в водопроводно-канализационных сетях, как объективного, так и субъективного порядка) на ничего не подозревающего потребителя.

Несмотря на то, что в настоящее время МПП ВВКХ уже ведет работы по установке счетчиков воды в квартирах областного центра и переводит расчеты за потребляемую воду в меру ее потребления по неизменным ценам по сравнению с подушевым принципом оплаты, тем не менее, кардинального улучшения положения дел в этой сфере не происходит. Расчеты населения за воду в меру ее потребления сдерживаются, с одной стороны, низкими темпами выполнения заказов по установлению счетчиков воды, приобретаемых жильцами за свой счет, а с другой – высокими ценами их установки для большинства населения.

К этому следует добавить, что резкое увеличение количества квартир, учитывающих расход воды по показаниям счетчиков, неминуемо вызовет рост соответствующих цен, так как реальное потребление воды в несколько раз ниже ее подушевого норматива. Однако, на наш взгляд, можно утверждать, что, руководствуясь рыночными механизмами хозяйствования, потребитель не только согласен, но и готов оплачивать конкретный объем предоставляемой ему услуги в меру объема потребления (с правом отказа от нее, т.е. права в любой момент перекрыть поступление воды).

Полное решение рассматриваемой проблемы в сжатые сроки и кардинальные изменения экономических отношений в системе централизованного водопотребления и водоотведения в городах и поселках городского типа затрагивают интересы целого ряда официальных инстанций: МПП ВВКХ; департамента природопользования и охраны окружающей среды; производителей счетчиков воды (ФГУП «Точмаш»), городские (районные) и областные финансовые управления. Основные вопросы, требующие разрешения – это источники финансирования соответствующих мероприятий.

Для решения комплекса вопросов предлагается следующая схема.

1. Финансирование программы установки в квартирах населенного пункта счетчиков воды осуществляется за счет инвестиционного налогового кредита, выдаваемого финансовым управлением соответствующей администрации МПП ВВКХ и производителю счетчиков воды.

2. Погашение полученного кредита осуществляется собственником жилого помещения, т.е. квартиросъемщиком путем ежемесячного покры-

тия части кредита за счет своеобразной экономии по расчетам, основанным на показаниях счетчика, при фактической оплате водопотребления и водоотведения по расчетам подушевого расхода.

*Например.* В квартире (при отсутствии центрального горячего водоснабжения) устанавливается один счетчик воды совокупной стоимостью в 750 руб. Тогда при цене водопотребления и водоотведения 4,55 руб. за 1 куб. м стоимость установки счетчика воды будет эквивалентна  $750 : 4,55 = 165$  куб. м сэкономленной воды. При проживании в квартире 3-х чел. при подушечном методе расчета месячный расход воды составит:  $250 \text{ л} \times 3 \times 30 = 23500 \text{ л} = 23,5$  куб. м.

Предположим, что фактическое потребление воды семьей за месяц составит:

а) по оптимистическому варианту 5 куб. м. Экономия расхода воды за месяц составит  $23,5 - 5,0 = 18,5$  л. Тогда квартиросъемщик будет обязан погашать стоимость счетчика, уплачивая счета МПП ВВКХ по принципу душевого потребления, в течение  $165 : 18,5 = 9$  месяцев.

б) по пессимистическому варианту 15 куб. м. Аналогичные расчеты показывают, что окупаемость счетчика произойдет за  $165 : (23,5 - 15) = 20$  месяцев.

С учетом дисконтирования окончательные сроки окупаемости (гарантированного возврата кредита) несколько возрастут и составят по вариантам от 10 месяцев до 2 лет.

По окончании указанных сроков квартиросъемщик рассчитывается за водопотребление и водоотведение строго по данным счетчика расхода воды.

А.Н. Лоторев, АТиСО, г. Москва, Россия

## **К ВОПРОСУ О СТРУКТУРЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Территориальная социально-экономическая система (ТСЭС) представляет собой совокупность элементов, обеспечивающих взаимосвязанное размещение и развитие производственной и социальной сфер в целях обеспечения нормальных условий труда и жизни населения региона. Представляется, что важнейшими элементами территориальной социально-экономической системы любого уровня являются: 1) территориальный промышленный комплекс; 2) территориальный социальный комплекс; 3) территориальный финансовый комплекс; 4) территориальный управленческий комплекс.

Территориальный промышленный комплекс (ТПК) включает производственные объекты, соответствующую инфраструктуру, а также природные ресурсы. Для большинства регионов ТПК является главной струк-

турообразующей составляющей, обуславливающей характер функционирования ТСЭС в целом.

Территориальный социальный комплекс (ТСК) представлен объектами соцкультбыта и призван обеспечивать расширенное воспроизводство населения в единстве его профессиональных и личностных качеств.

Территориальный финансовый комплекс (ТФК) охватывает учреждения денежно-кредитной сферы и должен бесперебойно обслуживать все вышеназванные элементы ТСЭС.

В структуре территориального управленческого комплекса взаимодействуют властные структуры субфедерального и местного уровней в постоянном возрастании роли и значения последнего.

Т. Ю. Лылова С. В. Штебнер, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Долгосрочная конкурентоспособность предприятия зависит от его умения своевременно распознавать релевантные перемены в конкурентной среде и развивать свои ресурсы так, чтобы адекватно отвечать на эти изменения. В этом плане особое значение приобретает вопрос о стратегическом потенциале предприятия.

В переводе с латинского «потенциал» (*potentia*) - возможность, мощь, источники, средства, запасы, которые могут быть использованы для решения какой-либо задачи, достижения определенной цели.

Сильные и слабые стороны предприятия обычно представлены его ресурсами и компетенциями, которые в совокупности создают потенциал для использования предоставляющихся рыночных шансов.

Стратегический потенциал предприятия складывается из сочетания рыночных и «внутренних» возможностей.

Сложность проблематики предопределяет необходимость разработки оценочной системы, отвечающей целям формулирования и реализации стратегии предприятия.

Традиционные методы анализа состояния предприятия связаны, как правило, с финансовыми показателями. Зависимость от используемой методики, отечественные особенности составления финансовой отчетности, зачастую субъективность оценок и, главное, невозможность финансовой оценки большой группы факторов, имеющих стратегическое значение для предприятия, подтверждают необходимость пересмотра сложившихся оценочных традиций.

Задача: обеспечить менеджеров разносторонней стратегической информацией, но в то же время предупредить их перегрузку (а следовательно, распы-

ление внимания), ограничив число используемых показателей. Главным достоинством оценочной системы должна стать полезность. Не количество, а ценность должны интересовать менеджеров при оценке потенциала предприятия.

Основные требования к перечню показателей достаточно очевидны.

- Полнота и сбалансированность. Набор показателей должен адекватно отражать общее состояние предприятия, без слишком выраженного «перевеса» в какую-либо сторону.

- Чувствительность. Измеряемые параметры должны статистически достоверно меняться при изменении условий (в частности, должна прослеживаться динамика этих показателей). Слишком малая вариабельность и большая «инертность» не позволили бы проводить мониторинг состояния предприятия и среды. Более того, желательно, чтобы разные параметры обладали сходной чувствительностью, иначе картина будет постоянно искажаться.

- Статистическая зависимость между «внешними» и «внутренними» показателями. Это требование связано с предыдущим. Только те параметры, для которых такая зависимость выявлена, имеют практическое значение.

- Интерпретируемость. Используя показатель, мы должны хотя бы в общих чертах понимать, что именно он характеризует. В противном случае все остальные требования оказываются бесполезными.

- Доступность и надежность данных. Это требование в наибольшей степени зависит от конкретных условий. Выбирая тот или иной параметр для дальнейшего использования, мы должны быть уверены, что данные по нему регулярно собираются (по крайней мере, могут быть получены), что мы можем этим данным доверять, и что параметр измеряется по стандартной методике, т.е. данные из разных источников сопоставимы

- Экономичность. Поскольку сбор данных может происходить в очень широких масштабах, любой лишний показатель заметно увеличит стоимость работ. Необходимо избавиться от показателей, которые друг друга дублируют или жестко коррелируют друг с другом.

Перефразируя слова Эдгара По, можно утверждать, что к подлинно творческим решениям приводят порядок и анализ, а не причудливые фантазии. Сбалансированная система оценок, имеющих стратегическое значение для предприятия, поможет осуществить корректную диагностику, обосновать принятие решений и контролировать текущую ситуацию, ориентируясь на будущее.

Е.М. Марченко, Т.С. Аксенова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ**

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) в Российской Федерации – это многоотраслевой комплекс, предприятия и организации социальной и производственной сферы которого связаны с удовлетворением потребностей населения в жилье и коммунальных услугах. ЖКХ оказывается очень разорительным для бюджетов, так как доля расходов на их устойчивое функционирование в бюджетах городов составляет от 35 до 60.%. На дотации из федерального и местных бюджетов в 1996 г. уходило 3-4 % ВВП, а в 2001 г. эти ассигнования составили 6-7 % ВВП, что превысило расходы на национальную оборону и правоохранительные органы. При этом финансирование из всех источников (федерального, регионального, местного и т.д.), как правило, покрывает только 50-70 % потребности.

Недостаток финансирования, значительный износ жилого фонда и коммуникаций, дефицит мощностей привели к тому, что ЖКХ большинства регионов работают не в эксплуатационном, а в аварийном режиме. Так, в Европе на 100 км инженерных сетей приходится в год 3 аварии, в нашей стране – 73. То в одном, то в другом районах страны возникают проблемы с отоплением в зимний период. При этом существующий уровень тарифов на жилье не пересматривался с 1926 г.

На сегодня 92 % жилищного фонда России находится в муниципальной, частной и смешанной собственности и только 8 % относится к государственной собственности. Разрушена государственная монополия в области производства и предоставления жилищных и коммунальных услуг, что позволило во многих муниципалитетах внедрять договорные отношения, конкурсные процедуры отбора подрядчиков, формировать систему управления недвижимостью в жилищной сфере и снижать издержки на производство жилищных и коммунальных услуг с одновременным повышением их качества. Сформирована система оказания помощи малоимущим слоям населения во всех субъектах Российской Федерации (службы субсидий), защиты прав потребителей и контроля в жилищной сфере (жилищные инспекции).

Но действующая организация экономических отношений в жилищно-коммунальном хозяйстве характеризуется рядом системных недостатков, без устранения которых в принципе невозможно вести речь о нормализации функционирования сектора, повышении надежности и качества, а также обеспечении стабильной стоимости жилищно-коммунальных услуг. Отсутствует реальный выразитель интересов населения, поскольку жилищно-эксплуатационные предприятия одновременно выполняют функции заказчика и подрядчика. Основой экономических отношений до сих пор

является система бюджетного дотирования предприятий жилищно-коммунального комплекса. За счет перекрестного финансирования увеличивается бремя платежей на производственные предприятия. Методика формирования тарифов на услуги жилищных и коммунальных служб, отсутствие конкуренции не заинтересовывают подрядные организации рационально расходовать имеющиеся средства

Создание эффективных механизмов управления муниципальным жилищным фондом и его инфраструктурным обеспечением может быть достигнуто путем четкого выделения функций собственника жилищного фонда (муниципалитета) и делегирования им на конкурсной основе функций управления и обслуживания недвижимости специализированными организациями.

В свою очередь деятельность службы заказчика, как управляющей компании, должна быть направлена на поиск предприятий различных форм собственности (имеющих лицензию) для обеспечения обслуживания муниципального жилищного фонда услугами ЖКХ. Мировая и российская практика показывает, что цена услуг управляющей компании составляет от 4 % до 8 % всей стоимости жилищных услуг. При этом служба заказчика – должна работать на основании договора с муниципалитетом, быть достаточно разветвленной структурой, на низовой ступеньке которой находятся сотрудники, отвечающие за состояние конкретного жилого дома (домов) и контролирующие деятельность подрядчиков на нем, т.е., домоуправы. Договоры на производство работ, услуг со службой заказчика должны обеспечивать правовую основу деятельности подрядных организаций.

Подрядные организации также следует привлекать на конкурсной основе и определять их взаимоотношения с управляющей компанией на основе договора подряда.

Проблема одновременного проживания в одном многоквартирном доме состоятельных и социально незащищенных слоев населения может приводить к конфликтам интересов различных групп жильцов. Поэтому создание специального фонда социального назначения, предназначенного для компенсации затрат малоимущих граждан, имеющих в соответствии с Конституцией право на льготы, субсидии, дотации, позволит решить эту проблему.

Е.М. Марченко, А.В. Жеребцова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **О НЕОБХОДИМОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА ГОСТИНИЦ В ИСТОРИЧЕСКОМ ЯДРЕ ГОРОДА ВЛАДИМИРА**

Город Владимир является важным культурным центром, входящим в туристический маршрут «Золотое кольцо России». Анализ ситуации во

Владимирской области показал ежегодный прирост потока туристов и иногородних экскурсантов (как потенциальных туристов), который в 2000 г. по сравнению с 1999 составил 49,5 %, в 2001 по сравнению с 2000 – 1,9 % и в 2002 по сравнению с 2001– 10,2 %. При этом абсолютное значение потока было равно 774500 чел. в 1999 г., 1158000 чел. в 2000, 1180000 чел. в 2001 и 1300000 чел. в 2002 г. В связи с этим среднегодовая заполняемость гостиниц Владимирской области также имела тенденцию постепенного роста с 30 % в 1999 г., 40 % в 2000 г., 39,7 % в 2001 г. до 42 % в 2002 г. Необходимо учесть, что данный показатель у реновированных номеров составляет 80 %, а их заполняемость в сезон туристической активности доходит до 100 %. Отсутствие номеров соответствующего уровня комфортабельности приводит к тому, что город теряет туристов и соответственно доход, поскольку туристов приходится размещать в гостиницах других городов (например, Суздаля). Номерной фонд гостиниц, находящихся в городе Владимире, имеющих категорию «две звезды» и «три звезды», характеризуется следующей вместимостью по реновированным номерам.

Наименование гостиниц	Количество мест в реновированных номерах			
	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
ОАО ГТК «Владимир»	45	57	65	65
Гостиница «Русская деревня»	X	X	X	48
ОАО ГТК «Заря»	0	47	54	54
Гостиница «Клязьма»	0	0	0	0
ОАО ТК «Золотое кольцо»	0	54	94	94
ИТОГО	45	158	213	261

В результате высокого спроса на реновированные номера, их максимальной заполняемости, а значит, и повышенной рентабельности общее количество мест в данных номерах по приведённым гостиницам выросло с 45 в 1999 г. до 261 в 2002 г. Причём ситуация 2002 г. изменилась по сравнению с 2001 г. за счёт введения в действие новой гостиницы «Русская деревня» на 48 мест.

Совершенствование и обновление гостиничного фонда в городе Владимире и области необходимо осуществлять не только за счёт реконструкции и модернизации существующих гостиниц, но и за счёт нового строительства.

По данным Комитета по физической культуре, спорту и туризму администрации Владимирской области рентабельными на сегодняшний момент являются гостиницы на 45-60 мест с категорией «три звезды». В гостиницах большей вместимости существует проблема низкой заполняемости в несезонное время. При этом гостиницы несут значительные поте-

ри за счёт обслуживания простаивающих номеров (постоянные затраты: отопление и некоторые другие коммунальные услуги, амортизация, зарплата административно-управленческого и обслуживающего персонала, некоторые налоги и пр.). Помимо этого, строительство крупных гостиниц осложняется малой инвестиционной привлекательностью, так как они являются капиталоемкими, и срок их окупаемости превышает 8-9 лет. Присвоение высшей категории «пять звёзд» предусматривает слишком широкий круг дополнительных требований к материально-техническому обеспечению, номенклатуре и качеству предоставляемых услуг, уровню обслуживания, что ведёт к необоснованному удорожанию номеров особенно в гостиницах малой вместимости.

Проектируемая гостиница может быть ориентирована в период пика туристической активности - на групповой туризм, а в период низкой активности – на деловой туризм (бизнестуры, размещение командированных работников), доля которого в последнее время возрастает. Размещение небольшой комфортабельной гостиницы в историческом центре недалеко от транспортных путей, рядом с предприятиями общественного питания, индустрии развлечений будет выгодно отличать её от аналогичных гостиниц, расположенных на окраинах.

А.Б. Минаков, ВГПУ, г. Владимир, Россия

## **ПРОБЛЕМЫ ПОИСКА НОВОЙ РОЛИ ГОСУДАРСТВА В РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМАХ**

С начала 90-х годов начались реальные процессы анализа и поиска путей формирования системы новой экономической роли государства. Субъекты Российской Федерации по настоящему включились в решение проблем становления новых экономических отношений и соответствующего им места кадров управления лишь в последнее время.

В ответственный исторический период трансформации государства и экономики российская система государственной службы нуждается в глубоком реформировании, которое возможно лишь при условии рассмотрения ее в широком экономическом и социальном контексте как имманентную часть общей экономической, социально-политической и правовой реформ, направленных на либерализацию нашего общества.

На современном этапе реформирование системы экономических функций должно соответствовать новым потребностям общества, новым внешним и внутренним условиям функционирования государственной службы. При разработке концепций реформирования важно учитывать кардинально меняющуюся социально-экономическую среду жизнедеятельности общества; динамизм взаимоотношений между федеральным, ре-



гиональным и местным уровнями управления; дифференциацию регионов; меняющуюся структуру экономики; усиливающуюся встроенность госструктур в формирующиеся рыночные отношения; имеющиеся ресурсные ограничения в экономике; необходимость учета долгосрочных интересов гражданского демократического государства (поддержание обороноспособности, конкурентоспособности, экономической и экологической безопасности и развитие демократических начал в управлении обществом).

Острая потребность в профессионалах управления на федеральном и региональном уровнях для реализации новых экономических функций государственной службы предопределяет актуальность научной разработки и практической апробации современных форм и методов государственного регулирования рыночных отношений.

Для определения содержательной стороны экономических функций государственной службы, для выработки форм и методов регулирования экономики необходимо первоначально выработать четкую концепцию перспективного развития хозяйственных процессов в нашей стране. Речь идет о целях и задачах экономической трансформации.

Самой главной проблемой, которая интересует всех, является осмысление типа будущего социально-экономического устройства Российской Федерации. Пока четкое видение решения данной проблемы не предложено. Существует несколько различных концепций.

Найти четкие рекомендации довольно непросто, так как чрезвычайно велика многовариантность возможных моделей принятия и реализации управленческих решений в процессе экономической трансформации.

Разнообразны подходы не только к содержательной стороне будущего устройства общества, но и, даже, сами термины, которыми его определяют. От традиционно социалистического до просто «рыночная экономика» и «цивилизованный рынок», «общество постиндустриального типа», «социально ориентированная рыночная экономика» и т.п.

Большинство политиков и ученых-экономистов сходятся во мнении о том, что перспективы российской экономики должны быть связаны с многообразием форм собственности. Это многообразие объективно порождает и разнообразие форм регулирования экономического ее использования.

В настоящее время остро ощущается потребность в новых научных подходах к анализу реформ в России, которые спрогнозировали перспективы.

С.Н. Михайленко, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИИ ЕГО РАЗВИТИЯ**

Развитие города Владимира как делового, социального и экономического центра региона, непосредственно связано с человеческими ресурсами и может быть обеспечено только всемерным повышением человеческого потенциала. Все это непосредственно связано с социальной политикой, проводимой органами местного самоуправления, которая направлена на увеличение продолжительности жизни и улучшение ее качества, способствует решению задач стратегического развития города, повышает отдачу человеческого капитала. Специалисты выделяют два основных пути формирования социальной политики. Первый - характерен для группы развитых стран, опирающихся на мощный комплекс транснациональных корпораций, мировых банков и страховых компаний, сложный и разветвленный механизм внутренней и мировой торговли, отлаженную систему международных и национальных правовых норм. Эта система базируется на взаимодействии крупных монополий, современных форм конкуренции и сильной государственной власти. Она поддерживает в этих странах статус всеобщего благосостояния и приоритет потребителя.

Устойчивые реальные доходы и правовой статус личности опираются на высокий уровень производительности труда и экономической эффективности всей системы хозяйствования. Деятельность корпораций, частных фирм, государственных органов и общественных организаций непосредственно направлена не на реализацию социальной политики, а на получение высокого национального дохода в расчете на каждого жителя, на создание надежных систем сохранения сбережений и социального обеспечения не трудоспособных граждан, а также оказание помощи другим социальным группам, попавшим по тем или иным причинам в трудное положение.

Для второго пути формирования социальной политики определяющим признаком является активная и существенная помощь государства, органов местного самоуправления, в формировании бюджета отдельной семьи и гражданина, в получении образования, медицинского обслуживания, социального обеспечения нетрудоспособных и одиноких и др. Такой путь предполагает формирование определенной стратегии развития муниципального образования, возможно создание крупных общественных фондов потребления, вне рыночное распределение и перераспределение значительной части доходов предприятий и граждан. При этом он должен быть нацелен на прямую, четко организованную в масштабе муниципального образования социальную защиту практически всего населения города, поселка и т.п.

Поиск и отработка результативных форм взаимодействия в триаде «рынок – власть – социальная политика» - одна из актуальных задач органов местного самоуправления. Из стратегических и тактических мер, направленных на решение этой задачи, необходимо выделить следующее:

- Незамедлительное формирование и поддержка тех звеньев системы социальной защиты, за состояние дел в которых отвечают непосредственно органы местного самоуправления. В этот сектор должны быть включены все финансируемые бюджетом отрасли, обеспечивающие социальную защиту населения, общественную безопасность, стабильность и порядок.

- Создание действенных структур социальной защиты населения. Для этого необходимо изменить систему подбора и подготовки кадров, а также утвердить правовые акты, положения, меры административного и экономического регулирования их деятельности. При этом функции, права и ответственность структур и органов социальной защиты должны быть взаимоувязаны как по вертикали (от высших органов управления до первичного звена). Так и по горизонтали (каждого местного органа самоуправления и его представителей с любыми другими); Однако в любом случае велика роль государственных структур регулирующих деятельность этих органов в масштабе страны, определяющие их стратегию и координирующие эту деятельность.

Предполагаемая схема социальной защиты населения предусматривает его активное содействие в налаживании работы, контроль, а главное, установление с ним обратной связи. Без осознанного, заинтересованного участия основной массы населения в принятии и выполнении решений по социальным вопросам, достичь ощутимых успехов нельзя, не в одном муниципальном образовании.

Среди других форм и направлений социальной защиты, требующих внимания со стороны органов местного самоуправления, можно выделить следующие:

- социальное партнерство представителей власти, профсоюзов и населения, т.е. совместный поиск ресурсов и других возможностей для оказания социальной поддержки нуждающимся;

- создание различных организаций социальной самозащиты населения  
формирование денежных фондов социальной защищенности для выделения бесплатных пособий и субсидий отдельным гражданам, а также организации бесплатного питания, медицинского обслуживания и других форм помощи;

Все эти формы и направления социальной защиты населения должны лечь в основу формирования стратегии развития города. Города максимального комфорта для жителей и наилучших условий для развития и самореализации личности.

К.Ю. Никитин, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **РОЛЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ В ЭФФЕКТИВНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ**

После кризиса 1998 г. в качестве ведущей тенденции реструктуризации российской промышленности обозначился процесс интеграции предприятий в форме объединений компаний в группы, холдинговые структуры и т.п. Данный процесс интеграции фактически не был инициирован государством, он движется интересами самих предприятий, их новых собственников. Такая форма организации промышленности, при которой предприятия-поставщики и предприятия-потребители находятся в тесной взаимосвязи и составляют достаточно выраженные гомогенные конгломераты, получила название «кластер».

Почему же экономику следует рассматривать через призму кластеров, а не через более традиционное группирование компаний по отраслям? Прежде всего, в силу того факта, что кластеры лучше согласуются с самим характером конкуренции и источниками достижения конкурентных преимуществ. Кластеры лучше, чем отрасли, охватывают важные связи, взаимодополняемость между отраслями, маркетинг, распространение технологий, навыков и информации. Такие связи оказываются основополагающими в конкурентной борьбе, в повышении производительности и внедрении инноваций.

Крупные развитые страны дают много примеров, высвечивающих социально-политическое и экономическое значение кластеров. Так, например, с началом формирования ключевых промышленных кластеров в Германии (химия, машиностроение) и Франции (производство продуктов питания, косметики), целые группы отраслей стали взаимодействовать внутри кластеров, способствуя мультипликативному эффекту в отношении занятости и трансфертов технологий в национальной экономике. В промышленных районах Италии сложились такие отраслевые комбинации, как: металлообработка - режущий инструмент, мода - дизайн, кожа - обувь, деревообработка - мебель.

Кластерный подход, как показывает мировая практика, является мощным инструментом для стимулирования регионального развития, которое в конечном итоге может состоять в увеличении занятости и заработной платы, росте отчислений в бюджеты различных уровней, повышении устойчивости и конкурентоспособности региональной промышленности.

Сейчас в России существует ряд кластеров, образованных вокруг ключевых отраслей, но часть оборудования, узлов и компонентов приобретает у иностранных поставщиков. Эти структуры еще очень хрупки и вряд ли сравнятся с настоящими кластерами, представляющими собой хорошо отлаженные системы из множества поставщиков и потребителей. Предпосылки для формирования промышленных кластеров присутствуют в регионах, где наблюдается высокая географическая концентрация взаи-

мосвязанных отраслей (например, машиностроение в Москве и Санкт-Петербурге, автомобилестроение вокруг Тольятти, химическое производство вокруг Москвы, Тулы и Нижнего Новгорода). Способствовать этому процессу может придание основным экономическим регионам, городам или агломератам статуса особых зон, где иностранным инвесторам предоставят льготы, если они будут развивать специфические промышленные кластеры. Прямые иностранные инвестиции могут содействовать созданию в регионах здорового соперничества между местными и иностранными фирмами, что зародит конкуренцию и промышленную модернизацию благодаря новым идеям, профессионализму, разнообразию стратегий и поддержке НИОКР.

Бизнес-сообщество, региональные и муниципальные власти, вузы и НИИ, профессиональные ассоциации, а также другие заинтересованные стороны должны сыграть свою роль в процессе формирования и повышения конкурентоспособности региональных отраслевых кластеров. Ключевым фактором успеха при разработке и реализации стратегий развития кластеров является активная позиция лидеров бизнеса, а также продуктивное партнерство между различными группами интересов в регионе.

В.В. Номоконов, ЗАО «АСДОР ТРАНС», г. Москва, Россия

### **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИЕ УЛИЧНО-ДОРОЖНОЙ СЕТИ г. КАЗАНИ**

В условиях радикальной перестройки экономики, формирования и развития рыночных отношений транспортная система играет определяющее значение. Она обеспечивает функционирование всех отраслей народного хозяйства. В крупных, исторически сложившихся городах транспортные коммуникации служат средством транспортных связей между отдельными грузо- и пассажирообразующими пунктами. Города обеспечивают связь с внешними транспортными коммуникациями. Однако начертание сети городских дорог определяется, в основном, исторически сложившейся планировкой города. В результате анализа транспортно-эксплуатационного состояния существующей улично-дорожной сети г. Казани установлено, что по своим показателям и параметрам она не соответствует требованиям даже фактическим размерам движения автомобильного транспорта, прочим видам общественного транспорта. Большинство улиц и дорог г. Казани по прочности, ровности и сцепным качеством не обеспечивают расчетные скорости и безопасность движения автомобильного транспорта. Смещение индивидуального легкового, грузового и общественного транспорта на городских магистралях приводит к огромным непроизводственным потерям времени.

Кроме того, с целью сохранения исторического центра г. Казани целесообразно закрепить движение грузового транспорта по центральным улицам города, переключив его на радиальные магистрали скоростного движения и кольцевые магистрали, целесообразность строительства которых уже назрела (Большое Казанское и Малое казанское кольцо).

Для приведения улично-дорожной сети, как по протяженности, так и по техническому состоянию в соответствие с требованиями все возрастающего автомобильного движения, необходимо осуществить строительство новых автомагистралей, реконструкцию существующих, устройство транспортных развязок в одном и в разных уровнях, строительство подземных и наземных пешеходных переходов и внедрить современные методы организации движения. Эффективность используемых при этом денежных средств оценивается сопоставлением экономического эффекта с величиной затрат, за счет которых достигнут этот эффект.

Эффективность повышения транспортно-эксплуатационного состояния улично-дорожной сети проявляется как в производственной так и в непроизводственной сферах общественной деятельности, в сфере услуг. В производственной сфере экономический эффект проявляется прежде всего на транспортной составляющей за счет снижения себестоимости грузо- и пассажироперевозок, за счет сокращения времени пребывания пассажиров в пути, повышения безопасности движения, ликвидации сверхнормативных затрат на ремонт автотранспортных средств.

В дорожной сфере достигается эффект за счет снижения затрат на текущий ремонт и содержание городских дорог и улиц и увеличение межремонтных сроков их службы, а это, в свою очередь, позволяет направлять средства бюджета в социальную сферу.

Кроме того, в результате реализации мероприятий по совершенствованию улично-дорожной сети должны учитываться экономические результаты, обеспечивающие охрану окружающей среды и здоровый ареал проживания.

В.В Номоконов, ЗАО «Асдортранс», г. Москва;  
В.Ф. Архипова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЛИЧНО-ДОРОЖНОЙ СЕТИ ИСТОРИЧЕСКИ СЛОЖИВШИХСЯ ГОРОДОВ**

В 2005 г. республика Татарстан будет праздновать тысячелетний юбилей своей столицы-г. Казани. В преддверии этого праздника начато выполнение Федеральной целевой программы «Сохранение и развитие исторического центра г. Казани». Расположенный на пути из Европы в

Азию на берегу Волги и р. Казанки, он впитал в себя все характерные черты экономических формаций: от древнего караван-сарая до миллионного города со всеми признаками европейского города, развивающегося по законам рыночной экономики.

Одним из важнейших факторов, определяющих формирование систем расселения и планировку города, является транспорт. Главное отличие современного периода развития транспорта заключается в резком росте скорости движения. Происходит резкое расширение зон влияния сложившихся центров производства, услуг.

Улучшение систем транспортного обслуживания города – задача сложная и специфичная. За десять веков в городе Казани сформировалась радиальная улично-дорожная система с отдельными отрезками тангенциальных улиц, которая не способствует росту пропускной способности и это в условиях лавинообразной автомобилизации. Приведенная к легковому автомобилю часовая интенсивность движения на основных магистралях города уже сейчас составляет свыше 2000 единиц. И это в условиях смешанного движения общественного и индивидуального легкового транспорта. Усложняющим фактором является сеть трамвайных путей в пределах проезжей части дорог. При невозможности перестроений и обгонов, трамвайные экипажи задают общий ритм движения с низкими скоростями.

Налицо необходимость увеличения числа полос, скоростей движения, что ликвидирует заторы и увеличит пропускную способность. Однако в центре города – ценные здания и сооружения, препятствующие расширению городских магистралей.

Второй проблемой является неоптимальность геометрии сети улиц. Практически все внешние магистрали, входящие в город, магистрали общегородского значения в виде лучей сходятся в историческом центре, тяготея к исторической площади у Кремля, перегружая движением и загрязняя воздушную среду.

Уже сейчас в часы «пик» средняя скорость движения не превышает 10-12 км в час. Непроизводительные потери времени, неэффективность автомобильных перевозок требуют кардинального решения. В настоящее время идет разработка концепции развития исторического центра, в основу которой положены: разделение потоков, создание кольцевых разгружающих магистралей скоростного движения, перенос трамвайных путей, набор концептуальных подходов, реализация которых приведет к росту эффективности функционирования улично-дорожной сети города Казани. Оценка эффективности инвестиций в реализацию мероприятий покажет, насколько целесообразны предлагаемые подходы.

Т.Д. Омарова, Администрация Владимирской области, г. Владимир, Россия

## **ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОЙ ПОДХОД В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНОМ**

В современных условиях наблюдается возрастание роли государства в экономике и его возможностей воздействовать на процесс социально-экономического и научно-технического развития, как на федеральном, так и на региональном уровне.

Система государственного планирования и программирования представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов. Она включает долгосрочную регулирующую деятельность государства, обеспечивающую формирование среднесрочного частично-структурного регулирования и прогнозирования, которое, в свою очередь, представляет рамочные условия для осуществления инвестиционной, внешнеэкономической и финансовой политики. Краткосрочное регулирование и планирование ориентировано на реализацию задач среднесрочных программ и осуществляется посредством финансовых, налоговых и других инструментов.

Для обоснования программ, методов регулирования и их реализации разработаны и используются комплекс моделей, определяющих функциональную зависимость макроэкономических параметров от той части ресурсов, которые контролируются государством.

Для реализации задач прогнозирования и программирования на региональном уровне создана система нормативно-правовых, организационных и материальных предпосылок:

- имеются специальные органы на уровне исполнительной власти, обеспечивающие разработку программ социально-экономического и научно-технического развития и мер по их реализации. Сюда можно отнести управления и департаменты администрации области: управления промышленности и экономического, департамент внешнеэкономических связей, центр поддержки предпринимательства и другие.

- Создана нормативно-правовая база по законодательному обеспечению деятельности государственных органов в этой сфере. Так, как на федеральном, так и на региональном уровне приняты законы о прогнозировании, на федеральном уровне приняты Гражданский, Бюджетный и Налоговый кодексы.

- Создана и действует система подготовки кадров высшей квалификации для государственных органов управления (отделения и факультеты в классических вузах, Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации).

- Действует система информационного обеспечения деятельности государственных органов управления, позволяющая получить полную и достоверную информацию.



В настоящее время система прогнозирования и программирования на региональном уровне включает следующие элементы: среднесрочное и краткосрочное прогнозирование, концепцию социально-экономического развития региона на долгосрочную перспективу, среднесрочную программу развития региона и программу действий администрации области на очередной год.

Среднесрочный прогноз разрабатывается на 3-5 лет как база для обоснования программы социально-экономического развития на среднесрочный период. Годовые прогнозы служат ориентиром при рассмотрении и утверждении областного и местных бюджетов на предстоящий год.

На базе прогнозных данных должна осуществляться разработка концепции социально-экономического развития на долгосрочный период. В ней предусматривается целенаправленное, согласованное и объективно контролируемое статистической отчетностью последовательное преобразование экономики и социальной сферы региона с помощью мер государственной политики.

Администрация области разрабатывает среднесрочную программу социально-экономического развития области, основываясь на положениях, содержащихся в Послании Президента РФ, среднесрочной Программе Правительства РФ, прогнозе на среднесрочный период и концепции социально-экономического развития региона. В ней отражаются:

- оценка итогов за предыдущий период и характеристика состояния экономики области;
- цели и приоритеты развития на среднесрочную перспективу;
- обобщающие макроэкономические показатели социально-экономического и территориального развития;
- институциональные преобразования;
- научно-техническая и инновационная политика;
- инвестиционная и структурная политика;
- аграрная политика;
- экологическая политика;
- социальная политика;
- внешнеэкономическая политика;
- перечень федеральных целевых программ, принятых к финансированию на территории области.

Таким образом, процесс прогнозирования лежит в основе разработки программных документов экономического развития области. Несмотря на то, что методическое руководство этим процессом осуществляют федеральные органы управления, в том числе Минэкономразвития РФ, которое ежегодно представляет в регионы сценарные условия развития экономики страны на очередной год, на региональные органы управления возлагается

ответственность за полноту, достоверность и качество подготовки программных документов.

В состав факторов, учитываемых при разработке территориальных прогнозов и программ входят:

- транспортно-географическое и геополитическое положение региона, их влияние на величину затрат в производстве и обращении товаров, на тяготение к различным региональным рынкам, на условия внешне-экономических связей;
- природно-климатические условия, их влияние на стоимость жизни, на величину производственных затрат, на стоимость строительства;
- социально-исторические особенности, характер расселения, их влияние на состав социальной сферы и размер бюджетных расходов, на занятость населения;
- уровень экономического развития, специализация в территориальном разделении труда, степень диверсификации хозяйства.

Скоординированная макроэкономическая политика, для выработки которой используется прогнозирование и программирование, должна обеспечить, с одной стороны, устойчивый экономический рост в регионе, а с другой стороны – обеспечить на его основе повышение жизненного уровня и качества жизни населения региона.

Е.В. Орлова, ФА при Правительстве РФ, г. Москва, Россия

## **РОЛЬ ОБЛАСТНОЙ АДМИНИСТРАЦИИ В ПОДГОТОВКЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Кадровый потенциал предприятий и организаций области является важнейшим стратегическим фактором, определяющим успех всей социально - экономической политики региона. На современном этапе задача целенаправленного и непрерывного обучения персонала является перво-степенной.

В настоящее время сложилось критическое положение с квалификацией руководителей и специалистов предприятий, им недостает компетентности, управленческой культуры, психологической устойчивости, умения работать в ситуациях, формируемых рыночной конъюнктурой.

Анализ сложившегося положения дел в сфере развития кадрового потенциала предприятий Владимирской области показывает, что проводимая на большинстве из них кадровая политика не соответствует стратегии рыночных реформ. К сожалению, в силу ряда причин субъективного и объективного характера за последнее время стала мало востребованной действующая система профессиональной подготовки и переподготовки

персонала. В области практически перестали действовать согласованные формы профессионального образования, включая переподготовку и повышение квалификации. Достаточно сказать, что только на 9 предприятиях области сохранились структурные подразделения, занимающиеся этой работой. За последние 5 – 6 лет в четыре раза сократилось число работников, прошедших повышение квалификации и переподготовку.

Учитывая сложившуюся ситуацию, администрация Владимирской области обеспечивает реализацию государственной политики занятости путем развития кадрового потенциала с учетом потребностей рынка труда, через совершенствование системы профессионального обучения, переобучения и повышения квалификации населения.

В соответствии с Рекомендациями экономического совета при главе администрации Владимирской области от 14 июня 2000 г. «О совершенствовании системы подготовки и повышения квалификации профессиональных кадров в области», была разработана методика формирования регионального заказа на целевую подготовку профессиональных кадров для отраслей экономики и мероприятия по развитию системы целевой подготовки кадров для отраслей экономики Владимирской области на 2001 – 2003 гг.

Комплексный характер проблемы занятости обусловил для ее решения необходимость разработки программы содействия занятости. Данная программа способствует выполнению приоритетных задач органов местного самоуправления региона в области социальной политики и модернизации экономики и Программы действий администрации области в социально-экономической сфере на долгосрочную перспективу в части содействия занятости населения и создания эффективного цивилизованного рынка труда.

С целью модернизации системы профессионального образования области в соответствии с требованиями основных отраслей промышленности, культуры, сферы услуг и т.п., с учетом перспективных потребностей областного рынка труда; увеличением роли и места органов исполнительной власти субъекта РФ в решении вопросов профессионального образования, Департаментом образования администрации Владимирской области была разработана Целевая программа «Развитие профессионального образования Владимирской области на 2003 – 2007 гг.», ее основные задачи:

- прогнозирование потребностей областного рынка труда и создание кооперации сети профессиональных образовательных учреждений;
- обеспечение конкурентоспособности профессионального образования Владимирской области на рынках труда;
- создание системы непрерывного профессионального образования и т.д.

Для решения этих задач целесообразно проведение проектной работы с использованием методологии структурного анализа и проектирования (SADT), которая была утверждена в качестве технологии разработки проектов решением Владимирского городского Совета народных депутатов от 24.09.98 г. № 196 «Концепция стратегического планирования и управления проектами в системе управления г. Владимира». Концепция является нормативно-правовым актом, в котором SADT-технология определена как базовая технология проектирования управленческих процессов.

Методы, базирующиеся на SADT, позволят получить целостную и непротиворечивую функциональную модель процесса подготовки управленческих кадров, с помощью которой процесс подготовки управленческих кадров может быть представлен в виде целостной системы. Возможен его анализ с точки зрения входящей и выходящей информации, управляющих процессов и механизмов функционирования.

Таким образом, используя SADT-методологию, можно планировать и определять потребность в управленческих кадрах на предприятиях.

А.М. Павлов, АТиСО, г. Москва, Россия

## **К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ВЛИЯНИЯ ПРИСОЕДИНЕНИЯ К ВТО НА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ**

Важную роль в обеспечении процесса адаптации отечественной экономики к новому этапу вхождения в систему мирохозяйственных связей, повышении ее конкурентоспособности призвано сыграть присоединение России к ВТО. Политическое решение о вступлении России в ВТО принято. В стратегическом плане присоединение России к ВТО представляется необходимым. Членство в ВТО позволит России: получить возможность участвовать в мировой торговле на общепринятых и равных условиях; повысить в ряде случаев инвестиционную привлекательность страны; облегчить доступ российских готовых изделий на внешние рынки; приблизить отечественные технические стандарты к международным, что будет способствовать расширению экспорта конкурентоспособной промышленной продукции.

Вместе с тем, очевидно, что присоединение России к ВТО само по себе не обеспечит быстрый и массивный прорыв на мировые рынки и существенное улучшение ее позиций в системе мирохозяйственных связей. Если положительные стороны для России от присоединения к ВТО носят, в целом, общий характер и растянуты на перспективу, то отрицательные последствия, особенно в случае чрезмерных уступок в ходе переговоров или недооценки реальных последствий, — конкретны и непосредственно

угрожают ряду секторов экономики и отраслей российской промышленности. К таким последствиям относятся:

- резкое усиление конкуренции со стороны иностранных производителей товаров и услуг на некоторых сегментах внутреннего рынка;
- необходимость внесения значительных корректировок в существующие механизмы государственного регулирования экономики, в том числе оказания механизмы государственной поддержки отраслей и предприятий различных секторов экономики.

Для отдельных территорий и расположенных в них конкретных предприятий различных отраслей экономики последствия присоединения к ВТО будут иметь весьма разноплановый характер. Кто-то из них получит преимущества, кто-то пострадает. При этом, согласно достаточно широко распространенному мнению, для конкретного региона или предприятия, которые экспортируют незначительную долю своей продукции (услуг) и при этом не сильно зависят от импорта сырья, материалов, комплектующих и оборудования, сталкиваются с незначительной конкуренцией на внутреннем рынке и не получают прямой поддержки государства, вступление в ВТО не принесет никаких изменений. Это далеко не так, так как наряду с регламентированием внешних условий торговли товарами, нормы ВТО непосредственно затрагивают внутренние условия хозяйственной деятельности в каждой стране – участнике организации и в каждом ее регионе.

На практике любое предприятие, независимо от территориального расположения: 1) использует для производства продукции сырье, материалы, комплектующие и оборудование, условия получения которых, в первую очередь цены на внутреннем рынке, могут существенно измениться под влиянием вступления в ВТО; 2) потребляет электроэнергию, газ, пользуется железнодорожным транспортом, т.е. потребляет услуги естественных монополий, тарифы на которые также могут измениться под влиянием вступления в ВТО; 3) потребляет финансовые, страховые и прочие услуги, условия получения которых также могут измениться; 4) использует в своей деятельности различного рода стандарты, технические нормы, процедуры испытаний и сертификации, которые также испытают на себе определенное воздействие в результате присоединения России к ВТО; 5) использует результаты интеллектуальной деятельности, правила пользования которыми также могут измениться; 6) может использовать финансовую помощь и субсидии государства, в том числе по линии федеральных целевых программ, налоговых освобождений на федеральном и территориальном уровне; 7) является поставщиком продукции и услуг для других регионов и отраслей отечественной экономики, параметры спроса со стороны которых могут подвергнуться изменениям в результате присоединения России к ВТО; 8) может являться поставщиком продукции и услуг для федеральных

государственных нужд, система организации которых также может подвергнуться существенной реорганизации.

Таким образом, нет ни одного территориального образования (региона) или конкретного предприятия, которые прямо или косвенно не ощутят весьма существенного воздействия присоединения России к ВТО. Характер и степень этого воздействия для различных регионов страны будут определяться, во-первых, объемом и структурой производимых и потребляемых в данном регионе продукции и услуг, а также уровнем относительной конкурентоспособности производимых продукции и услуг. Во-вторых, они будут определяться общими обязательствами России, вытекающими из комплекса многосторонних соглашений, входящих в состав нормативной базы ВТО, а также специфическими обязательствами России, определяемыми согласованными в ходе переговоров условиями присоединения к ВТО.

О.В. Попова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

### **СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА И УЧЕТА ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Развитие рыночных отношений в России требует адаптации существующего затратного механизма на предприятиях к новым условиям хозяйствования. Если раньше процесс управления затратами сводился в основном к калькулированию себестоимости для оценки выполнения плана, определения запасов и прибыли, то современные условия требуют ориентации управления затратами предприятия на обеспечение потребностей потребителя. Это связано с обострением конкуренции на рынке, и постепенным, незаметным переходом от рынка продавца к рынку покупателя. Так как конкурентоспособность является основой существования и успешного функционирования предприятия на рынке, то представляется не возможной система управления затратами без учета маркетинговых исследований и анализа рынка, которые главным образом выявляют требования и пожелания потребителей к выпускаемой продукции.

Существующая сегодня система управления затратами на производственном предприятии состоит из следующих элементов: нормирование и планирование затрат в целом по видам затрат и продукции, по центрам затрат и ответственности; учет затрат на производство; контроль за отклонениями в затратах; анализ затрат на производство; регулирование затрат и принятие решений. В результате предоставляется информация об абсолютном уровне полной себестоимости продукции, на основе которой происходит принятие управленческого решения относительно целесообразно-

сти затрат. Таким образом решения относительно уровня затрат принимаются исключительно на внутренней информации предприятия без анализа и учета внешней среды, что представляется не совсем верным.

Если раньше цена единицы продукции определялась предприятием исходя из нормы затрат и нормы прибыли, то сегодня максимальная цена на продукцию в конечном счете устанавливается спросом, а минимальная (временная) — на основе величины переменных расходов и необходимого объема реализации. Для производителя вся продукция, не содержащая дефектов, которые препятствовали бы ее продаже, имеет стоимость (ценность). Для потребителя же ценность имеют только те характеристики продукции, которые соответствуют его ожиданиям. Таким образом в рыночных условиях промышленному предприятию необходимо вести учет не только внутренних затрат (на сам процесс производства внутри предприятия), но также их классифицировать и учитывать по различным потребителям. Наличие такого учета на предприятии позволит быстрее реагировать на изменения рынка сбыта продукции и прогнозировать его тенденции. Это является предпосылками создания динамичной системы управления затратами на промышленном предприятии, которая наряду с традиционными задачами должна обеспечивать быструю адаптацию производственной программы предприятия и прогнозирования последствий различных экономических решений. Построение такой системы возможно при использовании современных информационных технологий, т. к. на пути к эффективному управлению затратами встают значительные объемы расчетных работ.

Таким образом, в конкурентной борьбе предприятиям необходимо учитывать, что:

1) управление не должно пониматься только как снижение затрат, а скорее как анализ и оптимизация, стремление к достижению определенного рационального уровня затрат, который позволит добиться роста экономической эффективности и повышения конкурентоспособности предприятия;

2) конкурентные преимущества в виде новых продуктов и технологий уже не являются неизменными, так как они поддаются копированию и переносу, поэтому необходим мониторинг предпочтений потребителей, который позволит дифференцировать продукцию;

3) адаптация и оптимизация производственных программ на основе требований потребителей к продукции обеспечит к каждому потенциальному потребителю индивидуальный подход.

В заключение следует отметить, что в результате более тесного сотрудничества производителя с потребителем необходимо наладить систему мониторинга пожеланий потребителя, что позволит предприятию повышать конкурентоспособность продукции, а потребителям исключить дополни-

тельные расходы. Поэтому, необходим механизм управления затратами, позволяющий выигрывать как потребителю, так и производителю.

Б.И. Рассадин, Ю.Б. Рассадина, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА ВО ВЛАДИМИРСКОМ КРАЕ И ИХ РЕШЕНИЕ**

Владимирский край, располагает огромным потенциалом для развития туристской отрасли. Высокая степень урбанизации в крупных городах, отрыв от природы вызывает необходимость проведения отдыха вне места проживания. Богатые природные ресурсы являются основой развития экологического туризма. Прекрасные леса, водоемы, реки сохранили девственную красоту и экологическую чистоту в Гусевском и Муромском районах – мещерский край, Суздальском и Камешковском районах – Дюков бор, а также в Вязниковском, Гороховецком, Ковровском и Селивановском районах. Здесь можно отдохнуть на природе, заниматься рыбной ловлей, по лицензии - охотой на кабанов, оленей, лосей.

Край располагает удивительным историческим наследием, прекрасными архитектурными памятниками. Белокаменные памятники XII- XVI вв. включены в Список Всемирного наследия при ЮНЕСКО в основном в г. Владимире, Суздале и Суздальском районе: Золотые ворота XII в., Успенский собор XII в., Дмитриевский собор XII в., церковь Покрова на Нерли XII в., лестничная башня палат Андрея Боголюбского XII в. в пос. Боголюбово, церковь Бориса и Глеба XII в. в с. Кидекша, Богородице-Рождественский собор Кремля XIII в. в г. Суздале, архиерейские палаты Кремля XVI в. в г. Суздале, ансамбли памятников Спасо-Евфимиева монастыря XVI в. и Покровского монастыря XVI в. в г. Суздале.

Не менее ценными являются такие памятники как резиденция Ивана Грозного в Александровской слободе – опричная столица 1565-1582 гг., уникальные ансамбли монастырей в городах Гороховец, Муром. Оба эти города заслуживают особого внимания. В Муромском монастырском храме Спасо-Преображенского монастыря погребено тело сына Владимира Мономаха, убитого под Муромом, сам каменный Спасо-Преображенский храм построен Иваном Грозным. В Троицком соборе Свято-Троицкого монастыря хранятся мощи святой супружеской пары святых правоверных Петра и Февронии.

Особое место среди памятников занимают усадьбы государственных и военных деятелей, вельмож царского двора с графскими титулами Воронцовых-Дашковых, Храповицкого В.С., Уваровых, Голицыных, Сабашниковых, Оболенских. А также великое множество церквей различных по стилю в архитектуре, гражданских построек. В области насчитывается бо-



лее 3 500 памятников истории и архитектуры и ее по праву можно называть музеем под открытым небом. Поэтому именно у нас давно необходимо заниматься созданием условий для устойчивого развития туризма, привлечения иностранных туристов.

При этом возникает множество мелких и крупных проблем, но основными из них являются проблемы связанные с дорогами, питанием, размещением и досугом туристов. Среди этих проблем выделяется острейшая проблема с размещением туристов в комфортабельных номерах с максимально возможными удобствами, высоким уровнем качества обслуживания при насыщенной культурной программе. Многие туристские группы, которые формируются туроператорами г. Москвы и других городов, находятся на территории нашей области проездом. После осмотра объектов показа такие группы, как правило, направляются на ночлег в Москву, Ярославль в более престижные гостиницы и отели, страдая при этом от длительных и утомительных переездов, поскольку в нашем областном центре нет гостиниц с 5-тью звездами.

Мы недооцениваем территориально удобное расположение города Владимира в центре области. Это удобство предполагает доступность многих достопримечательностей нашего края для всеобщего обозрения, поклонения и знакомства с богатым историческим наследием. Специалисты по туризму смогли бы при этом задержать туристов на более длительные сроки. Из областного центра за короткое время можно доехать до каждого из наших городов, показать их многочисленные достоинства, величие, красоту и вновь вернуться в областной центр.

Наш виртуальный отель «Князь Владимир» с пятью звездами на 100-120 одно и двух местных номеров предлагает посетителям услуги своего туроператора, а туроператор в свою очередь предлагает отелю своих клиентов.

К услугам туристов ин- и эксклюзивные туристические маршруты с опытными экскурсоводами и проводниками, способными показать мещерские реки и озера, красоту дикой природы зимой и летом, животный и растительный мир, в глуши заброшенные церквушки и блестящие куполами действующие церкви и соборы, поселения тружеников и мастеров, рассказать, показать и оказать помощь в приобретении их изделий, сувениров. Тихие и спокойные экологические маршруты сменяются, по желанию туристов, на развлекательные программы или походы по музеям и выставкам.

Отель располагает рестораном и круглосуточными кафе с широким ассортиментом блюд традиционной русской кухни, зарубежных национальных блюд. Бизнес-центр, казино, зимний сад, бассейн, сауна при разнообразных культурных программах не позволяют скучать даже меланхоликам.

Тесное сотрудничество 4-5 компаний становится взаимно выгодным и высокодоходным бизнесом.

Е.В. Ратников, ВлГУ, г Владимир, Россия

## **ПРОБЛЕМА ОСОБЕННОСТЕЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ**

Данная проблема обусловлена, прежде всего, экономическим плюрализмом как объективной закономерностью. Региональные экономические системы объективно несут в себе экономическое многообразие как естественный и существенный потенциал.

Значительное экономическое пространство нашей страны, определяемое региональными, национальными и этническими экономическими системами, нужно принимать в качестве потенциального богатства. Вопрос заключается не просто в наличии особого многообразия, а в том, чтобы осуществлялось интенсивное взаимодействие всех без исключения региональных, национальных и этнических экономических систем. Только в этом случае можно выявить не просто особенности каждой в отдельности системы, а именно их особо значимые признаки и условия, как для самих регионов, так и для всей экономической системы страны.

Вторая сторона вопроса об особенностях рассматриваемых экономических систем заключается в определении их цивилизационных особенностей. Посредством этого можно заинтересовать различных субъектов экономики, как отечественных, так и зарубежных в установлении связей. Такие цивилизационные особенности могут выражаться условиями регионов, наличием, например, в них исторических ценностей, квалифицированной рабочей силы, разумных законодательных условий и другое.

Экономический плюрализм в этом отношении является не самоцелью, а важнейшим экономическим средством. В то же время он не возможен без определенной целостной социально-экономической самостоятельности самих регионов. Когда это будет обеспечено в должной мере, тогда и возникнет сопоставимость региональных экономических систем, как результат их самостоятельности и творческого начала.

В таком случае, выявятся в целом основные особенности как позитивного, так и негативного плана, ибо универсальных особенностей, прежде всего, в рамках региональных экономических систем не существует.

Путь к цивилизованному экономическому развитию, обусловленный экономическим плюрализмом, не возможен без экономического единства, выраженного в устойчивом экономическом росте, как самих регионов, так и всей экономики страны. Поэтому региональным экономическим системам, как подсистемам экономики всей страны нужны собственные источ-

ники развития. Они существуют в большинстве своем как скрытые и невостребованные.

Именно использование потенциально богатого экономического пространства страны, выраженного в его чрезвычайном региональном многообразии, позволит в определенной мере нагнать упущенное экономическое время.

И.И. Санин, МГУС, г. Москва, Россия

## **СОДЕРЖАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ**

Главная цель разрабатываемой программы - выработка политики региональных органов управления в области предпринимательства в сфере услуг, обеспечивающей формирование равных благоприятных условий развития деловой активности населения и достижение на этой основе динамичного подъема уровня жизни в регионе.

Учитывая сложившуюся ситуацию в области развития предпринимательства в сфере услуг, для достижения главной цели программы необходимо обеспечить решение следующих семи основных блоков задач.

Первый блок: создание рыночной инфраструктуры в сфере услуг.

Второй блок: реализация мер антимонопольной направленности, развитие конкуренции, создание служб правовой поддержки и защиты предпринимательства в сфере предпринимательства, а также усиление борьбы с преступлениями в сфере экономики и управления.

Третий блок: создание режима наибольшего благоприятствования для развития предпринимательства в сфере услуг.

Четвертый блок: создание системы адаптации широкого круга населения рыночным отношениям, обучение и подготовка кадров для предпринимательства в сфере услуг.

Пятый блок: расширение сферы предпринимательства за счет разгосударствления и приватизации собственности местных органов власти, объектов социальной инфраструктуры предприятий.

Шестой блок: ускорение реализации земельной реформы, содействие развитию предпринимательства в сельском хозяйстве, для предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции.

Седьмой блок: создание организационно-экономического механизма территориального регулирования и других условий развития предпринимательской деятельности в сфере услуг.

Вместе с тем, каждый регион должен устанавливать и конкретизировать разделы региональной программы развития предпринимательства в сфере услуг в зависимости от местных условий.

Приоритетные направления развития предпринимательства в конкретных регионах устанавливаются на основе системного анализа сложившейся в регионе структуры производства, потребностей населения в услугах, имеющихся свободных или нерационально используемых сырьевых и трудовых ресурсов, экологической обстановки.

Приоритетные направления предпринимательской деятельности в сфере услуг в регионе должны, как правило, отвечать следующим требованиям

- служить удовлетворению первоочередных нужд населения региона;
- использовать в основном местные виды ресурсов, включая финансовые, сырьевые, трудовые и т. д.;
- обеспечивать быструю отдачу, в том числе скорое погашение кредитов;
- регулироваться на уровне местных органов управления;
- иметь положительные социальные последствия для жителей данного региона (снижение различного рода дефицита, увеличение занятости, повышение жизненного уровня и т. д.);
- обеспечивать благоприятные экологические условия.

Для Московской области в качестве основных приоритетов развития предпринимательства в сфере услуг предлагаются:

- 1) производство и переработка сельскохозяйственной продукции; производство продовольственных, промышленных товаров, товаров народного потребления; лекарственных препаратов и медицинской техники;
- 2) оказание производственных, транспортных, коммунальных и бытовых услуг;
- 3) строительство объектов жилищного, производственного, транспортного и социального назначения;
- 4) инновационная деятельность.

Реализация региональных программ развития предпринимательства в сфере услуг должна обеспечить:

- значительное повышение результативности производства, в первую очередь услуг населению, включая продукцию агропромышленного комплекса, за счет разгосударствления предприятий и передачи их в частную собственность или собственность акционерных обществ (товариществ);
- эффективное решение социальных и экологических проблем региона, в том числе обеспечение нормативной (или определенной в ином порядке) потребности населения в жилье, дошкольных и школьных учреждениях, медицинском обслуживании, культурно-зрелищных объектах, оздоровление среды обитания;
- дальнейшее развитие и совершенствование потенциала региона, его приоритетную направленность на решение первоочередных внутрирегио-

нальных проблем, а также на решение ключевых проблем Российской Федерации;

- комфортные условия проживания жителей региона.

Саха Прадип Кумар, Бангладеш

## **ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БАНГЛАДЕШ В ОТНОШЕНИИ К ИНОСТРАННЫМ ИНВЕСТИЦИЯМ**

Государство является одним из основных операторов, регулирующих ситуацию на рынке инвестиционных ресурсов. Государственная политика в отношении иностранных инвестиций во многом определяет состояние инвестиционного климата и влияет на принятие решений инвесторами о перспективных капиталовложениях в промышленности.

Под инвестиционной политикой подразумевается совокупность государственных подходов и решений, определяющих направления использования капитальных вложений в сферах и отраслях экономики, институциональную определенность в управлении процессом привлечения, планирования и реализации инвестиций, а также создание благоприятного режима для иностранных инвесторов с помощью введения налоговых и других льгот.

Рассмотрим государственную политику в отношении к иностранным инвестициям в Бангладеш в разных исторических этапах ее развития. До освобождения Бангладеш, когда она входила и в состав Пакистана (1947-1971 гг.), участие иностранного капитала в промышленности Бангладеш разрешалось только в партнерстве с государством. При этом доля акций государства должна была составлять не менее 51 %. Кроме того, некоторые отрасли, такие как оружие и амуниция, производство железнодорожных вагонов, телефонной и радиоаппаратуры и т.д., были закреплены за госсектором. В этих отраслях не разрешалось участие иностранного капитала.

После достижения независимости новая политика по отношению к иностранным инвестициям была провозглашена в январе 1973 г. В ней определились условия деятельности частного иностранного капитала. Как и раньше, участие частного иностранного капитала разрешалось лишь в партнерстве с государством, но условия при меньшей доли акций иностранных инвесторов. В частном секторе участие иностранного капитала допускалось лишь в форме предоставляемых ему патентов и лицензий, без права владения акциями. 16 июля 1974 г. в соответствии с новой инвестиционной политикой правительства Маджибура Рахмана было разрешено создание совместных с иностранным капиталом предприятий и в частном секторе.

В настоящее время иностранный капитал может участвовать во всех отраслях промышленности Бангладеш, кроме оборонной отрасли. В этой

отрасли иностранное техническое сотрудничество разрешается без права владения акциями.

Государственные инвестиции в промышленности были направлены на капиталоемкие, базовые отрасли, имеющие важное народнохозяйственное значение, куда частное предпринимательство традиционно не привлекалось из-за технической сложности, продолжительного срока оборачиваемости капитала, низкого уровня рентабельности или отсутствия благоприятных условий, связанных с географическим положением. Функционирование госсектора в промышленности в этот период характеризовалось дополнением частного сектора. Госсектор всячески избегал возможности вытеснения частного сектора и прямую конкуренцию с ним.

После принятия пересмотренной промышленной политики в 1986г. был начат качественно новый этап в процессе приватизации государственных предприятий в Бангладеш. Было принято решение продать на фондовом рынке 49 % акций крупнейших предприятий госсектора и создать на основе этого «холдинговые компании». В 2001 г. совет по приватизации определил 116 предприятий госсектора для полной и частичной приватизации, в том числе 21 джутовых фабрик, 16 текстильных фабрик, 8 сахарных завода и другие крупнейшие предприятия пищевой и химической промышленности, а также металлургии и машиностроения.

Для того, чтобы еще больше стимулировать частные иностранные инвестиции, в марте 1980 г. был принят «закон об иностранных инвестициях». В соответствии с законом были установлены равные юридические права местных и иностранных инвесторов, кроме того правительство приняло на себя обязательства полного соблюдения интересов иностранных инвесторов. Им были предоставлены гарантии от экспроприации или национализации, если это не находится в противоречии с интересами государства. В случае же применения такой меры иностранным инвесторам гарантировались выплата компенсации в размере рыночной стоимости экспроприруемой или национализируемой собственности и право на полную репатриацию капитала. При нанесении ущерба собственности в результате военных действий, а также гражданских волнений, интересы иностранного капитала обеспечивались той же защитой, что и предприятия государственного и частного секторов Бангладеш.

Инвестиционная политика 1991 и 1999 гг. постепенно либерализовала инвестиционный климат для частного сектора. Процедура принятия промышленных проектов была намного упрощена и полномочие по одобрению было децентрализовано. Вместе с этим, были созданы различные учреждения для оказания содействия частному сектору. Например, в 1982г. в сотрудничестве с международными агентствами развития была создана компания по промышленному развитию (IPDC), уставной капитал

которого составляет 6 млн. долл. Кроме того, в 1989г. был образован совет по инвестициям (BOI) для всестороннего содействия частным предпринимателям. Этот орган занимается регистрацией промышленных проектов, а также оказывает содействие в оценке инвестиционных проектов при строительстве и в обеспечении различных инфраструктурных удобств.

Здесь необходимо отметить, что в результате государственной политики, направленной на стимулирование и развитие частного сектора, в стране формируются торгово-промышленные группы, преимущественно семейного типа. В начале 90-х годов число этих групп составило около 200, из них около 25 являются особо крупными, а остальные являются относительно маленькими по масштабу деятельности.

Приток инвестиций в промышленность Бангладеш с 1991/92 ф.г. до января 2002 г. составил 21'650 млн долл. США, в том числе внутренние инвестиции 9141 млн долл. США (42,22 %) и зарубежные инвестиции 12509 млн долл. США (57,78 %). Таким образом, за эти годы доля зарубежных инвестиций с 0,13 % увеличилась до 10,26 %.

Полученные ПИИ в промышленности Бангладеш за 1995/96 - 2001/02 ф.г. были направлены в пищевую 557,34 млн долл. США (5,11 %); текстильную 588,15 млн долл. (5,39 %); кожевенную 50,39 млн долл.(0,46 %); химическую 2246,68 млн долл. (20,59 %); машиностроение 286,29 млн долл. (2,62 %); изделий из неметаллического сырья 432,38 млн долл. (3,96 %); обслуживание 5730,00 млн долл. (52,51 %) и в другие отрасли 1021,38 млн. долл. (9,36 %).

Для стимулирования притока ПИИ правительство Бангладеш создает экспортно-производственные зоны (ЭПЗ). В 1983 г. было создано управление экспортно-производственных зон Бангладеш (BERZA). В настоящее время, в стране действуют две ЭПЗ. Первая ЭПЗ была создана в 1984г. и она находится в г. Читтагонге, вблизи главного морского порта страны. Другая была создана в 1993 г. в Саваре вблизи столицы страны Дакки. Правительство приняло решение об организации еще двух ЭПЗ в г. Читтагонге и г. Кхульне. Кроме того, в настоящее время формируются зоны, которые полностью финансируются за счет частного сектора.

ЭПЗ Бангладеш играют важную роль в привлечении иностранных инвестиций в промышленность Бангладеш. В двух ЭПЗ-ах страны, по состоянию на январь 2001 г. действует 154 предприятий, из них более 85% находится под контролем иностранного капитала. Общий объем инвестиций на этих предприятиях составляет 453 млн долл. США. На предприятиях ЭПЗ занято свыше 102 тыс. чел. Наиболее крупные инвестиции были выявлены компаниями США, Японии, Южной Кореи, Гонконга и Пакистана и направлены на развитие текстильной, швейной, кожевенно-обувной, электронной и некоторых других отраслей промышленности.

Но общее мнение о частном секторе, распространенное в экономической литературе и деловых кругах таково - частный сектор функционирует относительно эффективнее государственного сектора и производительность труда и капиталотдача, как правило, на частных предприятиях более высокие чем на государственных, хотя это мнение не часто обосновывается конкретными данными. Мы уже видели, как печально обстоит дело с эффективностью частных предприятий. Скорее всего, на наш взгляд, картина здесь смешанная. Существует немало частных предприятий, которые довольно успешно действуют в условиях рыночной экономики, а некоторые еще продолжают «хромать», а другие неэффективные предприятия оказываются банкротами и закрываются.

Наряду с либеральной политикой правительства в отношении иностранных инвестиций и обилием дешевой рабочей силы в стране существует целый ряд факторов, которые препятствуют ускоренному притоку ПИИ. К ним относятся политическая нестабильность, забастовки и трудовые конфликты, нехватка квалифицированных управленческих и технических кадров, недостаточный уровень развития производственной и социальной инфраструктуры, узость внутреннего рынка, низкий уровень промышленного развития, недостаток легко осваиваемых природных ресурсов (кроме природного газа), бюрократизм, коррупция и некомпетентность в государственных службах и т.д.

А.В. Свистунов, М/ф ВлГУ, г. Муром, Россия

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Переход к рыночной экономике в нашей стране ознаменовался «свободой» субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, полномочия которых значительно возросли. Первоочередной задачей муниципального реформирования в России стало формирование целостного муниципального хозяйства и финансовой самостоятельности муниципалитетов, основанной на использовании ресурсного потенциала территории. В этот период реформ деятельность органов местной власти стала более четко организованной и спланированной. Основная их часть, после обсуждения с местным сообществом, приняла и реализует планы социально-экономического развития муниципальных образований, непосредственно касающихся подъема деятельности экономических субъектов.

И все же при наличии положительных сдвигов результаты действий органов власти пока не соответствуют ожиданиям и запросам населения. А все потому, что большинство руководителей местных администраций настолько привыкли быть лишь «аккуратными исполнителями», что до сих



пор не могут (или не хотят) творчески мыслить, самостоятельно вырабатывать и принимать собственные, ответственные решения. Они, как и прежде, продолжают зависеть от финансирования центральных и региональных органов власти, которое, заметим, уже стало не таким стабильным и достаточным, как раньше. Отсюда извечные проблемы нехватки денежных средств и непокрытые дефициты местных бюджетов. Конечно, в первую очередь в этом виноваты государственные органы власти, которые слабо воздействуют, а в ряде мест даже не способствуют формированию самоуправленческих начал в городах, селах и районах. Однако и органам местного самоуправления вместо постоянного ожидания помощи «сверху», необходимо учиться самим зарабатывать деньги и значительную их часть оставлять в муниципальном образовании. Они должны использовать потенциал местного саморазвития, который предполагает их активизацию посредством поиска источников собственных доходов и применения экономических механизмов устойчивого развития определенной территории.

Одним из таких основных направлений, существенно влияющих на формирование доходной части местного бюджета, является эффективное использование муниципальной собственности, которая вместо доходопотребляющей должна стать доходопроизводящей. Произойдет это, когда органы местного самоуправления будут выступать в качестве собственников, имеющих право на получение части прибыли от использования муниципального имущества, находящегося в хозяйственном ведении предприятия.

В связи с этим необходимо использовать следующие организационно-экономические механизмы: продолжение реформирования отношений собственности на основе внедрения новых форм приватизации (долевое участие), использование муниципальной собственности в качестве залога для получения кредитов, гарантии для приглашения инвесторов и т.д.

Не исключается и учреждение, к примеру, посредством муниципализации собственности на основе реструктуризации задолженности предприятий перед бюджетом, смешанных (с участием муниципалитета) предприятий – чтобы обеспечить доступ местного сообщества к доходам от прибыльных видов деятельности или вывести муниципальные предприятия на рентабельный режим работы. Подобная практика органов местного самоуправления в дальнейшем будет способствовать формированию смешанных муниципально-частных или частно-муниципальных производственно-социальных комплексов с сохранением юридической и экономической самостоятельности участников.

Осуществление эффективного сотрудничества местной администрации с хозяйствующими субъектами, расположенными на территории муниципальных образований, возможно и на основе договорных отношений. Налаживание внутримunicipальных кооперационных связей, ориентированных на производство дополнительной продукции, необходимой для мест-

ного рынка, позволит муниципалитетам активно развивать и совершенствовать свою экономическую политику.

Качественно новые формы социально-экономических отношений вызвали необходимость внедрения на муниципальном уровне и такого нового метода управления, каким является муниципальный заказ. Он осуществляется на основе рыночной конъюнктуры путем сравнения среднерыночных цен и цен по заключенным контрактам с учетом имеющегося производственного и кадрового потенциала, посредством конкурсов определяются предприятия, выполняющие муниципальные заказы. Грамотное применение этого важнейшего инструмента управления муниципальной собственностью и финансами позволяет местным органам значительно экономить бюджетные средства, развивать конкуренцию и стимулировать наращивание объемов производства и продаж предприятий.

Главная же задача государства заключается в обеспечении экономических, политических и юридических гарантий местного самоуправления. Важно привести в соответствие возложенные на органы местного самоуправления экономические и социальные задачи с материальными и финансовыми ресурсами для их реализации. А для этого необходимо законодательно урегулировать налоговые, бюджетные, имущественные и иные отношения муниципального образования с государственными структурами различных уровней.

В.Г. Смирнов, А.В. Смирнов, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **О РАЗРАБОТКЕ ПРОГРАММЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ И МОДЕРНИЗАЦИИ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

В настоящее время в сфере ЖКХ сложилось кризисное состояние. Это обусловлено целым рядом причин: неэффективной системой управления, дотационностью сферы, неудовлетворительным финансовым положением, высокими затратами труда, отсутствием экономических стимулов снижения издержек и др.

Содержание этого комплекса в его нынешнем виде непосильно как для потребителей жилищно-коммунальных услуг, так и для бюджетной сферы.

Выступив на начальном этапе экономических реформ в роли амортизатора социальных последствий либерализации цен, жилищно-коммунальная сфера РФ превращается в источник угроз для социального и экономического развития страны.

Техническое состояние коммунальной инфраструктуры характеризуется высоким (более 60 процентов) уровнем износа, высокой аварийностью, низким коэффициентом полезного действия мощностей и большими

потерями энергоносителей. Планово-предупредительный ремонт уступил место аварийно-восстановительным работам, затраты на которые в 2 - 3 раза выше.

Это происходит ввиду того, что жилищно-коммунальные предприятия не имеют серьезных экономических стимулов к оптимизации структуры тарифов и снижению нерациональных затрат материально - технических ресурсов. В итоге затраты на оказываемые услуги значительно выше, чем в западноевропейских странах. Это обуславливают непривлекательность жилищно-коммунального комплекса для частных инвестиций. Между тем большинство проектов модернизации жилищного фонда и коммунальной инфраструктуры потенциально являются коммерчески выгодными.

С целью исправления данного положения, а также активизации и дальнейшего продолжения процесса реформирования в сфере ЖКХ в ноябре 2001 г. принято постановление Правительства РФ от 17.11.2001г. № 797 о подпрограмме «Реформирование и модернизация жилищно-коммунального комплекса Российской Федерации» федеральной целевой программы «Жилище» на 2002-2010 гг.

Подпрограмма предусматривает решение целого ряда задач: 1 - ликвидацию сверхнормативного износа основных фондов; 2 - внедрение ресурсосберегающих технологий; 3 - разработку и широкое внедрение мер по стимулированию эффективного и рационального хозяйствования жилищно-коммунальных предприятий; 4 - максимального использования всех доступных ресурсов, включая собственные, для решения надежного и устойчивого обслуживания потребителей.

С этой целью подпрограммой предусмотрено обеспечение государственной поддержки процесса модернизации жилищно-коммунального комплекса на основе современных технологий и материалов путем предоставления бюджетных средств и государственных гарантий по привлекаемым инвестициям, а также привлечение средств международных кредитных организаций для финансирования наиболее эффективных (в том числе с точки зрения социальной эффективности) инвестиционных проектов, имеющих важное значение для обеспечения жизнедеятельности регионов.

Подпрограмма включает как: технические мероприятия по восстановлению основных фондов и по реализации новых инженерно - технических решений, так и по созданию организационно-управленческих и финансовых механизмов, обеспечивающих стабильную и эффективную работу жилищно-коммунальных предприятий.

В соответствии с данной подпрограммой все районы и округа Владимирской области разработали программы модернизации систем ЖКХ и направили свои предложения для формирования областной программы модернизации ЖКК области, в том числе для решения вопросов, связан-

ных с финансированием мероприятий из регионального и федерального бюджетов.

Смирнов В.Н., ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ОПЫТ АМЕРИКАНСКИХ ГОРОДОВ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПЛАНОВ**

Городские администрации используют в своей деятельности большой объем текущей управленческой информации. Вместе с тем, за сиюминутными городскими проблемами из поля зрения зачастую ускользают вопросы о будущем города, о наиболее вероятных тенденциях в его развитии, о том, какой стратегии необходимо придерживаться для осуществления благоприятных сценариев развития.

Для оптимизации принятия стратегических решений в управлении развитием необходимо располагать видением перспективы своего города. Задача состоит в том, чтобы «освоить» и систематизировать уже имеющийся опыт оценки будущего своего города, а в результате получить последовательные, экономически обоснованные рекомендации по осуществляемой городом стратегии развития.

«Город испытывает серьезные экономические и социальные трудности. Среди них - закрытие предприятий, их перемещение в пригороды. Тяжелая конкурентная борьба происходит на рынке недвижимости. Множатся социальные проблемы. Приток беженцев требует строительства новых школ, библиотек, развития сферы социальных услуг. Федеральное правительство устранилось от решения жилищной проблемы. Угроза наркомании нарастает. Со стороны правительства штата ожидается сокращение ассигнований более чем в два раза. Придется сокращать расходы в некоторых сферах городских услуг.

Следует лучше использовать имеющиеся ресурсы. В частности, полнее использовать уже построенные здания и сооружения, а не строить новые. Поддерживать те группы граждан и предпринимателей, которые помогают решать проблемы города. Перед тем, как предпринимать какие-то практические действия и расходовать средства, рекомендуется все обдумать и привлечь для обсуждения горожан, профсоюзы, представителей бизнеса».

Это типичная картина из отчетов разработчиков стратегических программ развития американских городов. В данном случае речь идет о городе Сент-Пол - административном центре штата Миннесота. Те же слова можно отнести и к большинству городов России.

Российские города сталкиваются с проблемой неопределенности ориентиров их будущего развития. Сегодняшняя ситуация требует своевременно

учитывать изменяющиеся экономические условия, выдерживать конкурентную борьбу за рынки и инвестиционные ресурсы. Городским администрациям приходится самостоятельно формировать экономическую политику, добиваться привлечения инвестиций и создания новых рабочих мест, а в конечном счете повышения качества жизни и улучшения перспективы развития своих городов.

Цели и направления перспективного развития определяются основными функциями города: приумножать человеческий капитал, развивать жилищный сектор и сферу услуг, наращивать производственно-экономический потенциал. Поэтому разработка стратегии города нацелена на поддержку именно тех отраслей и видов деятельности, где город обладает хорошим потенциалом развития, а также определение конкретных задач и мер, выполнение которых позволит полнее реализовать этот потенциал.

Цели - это ориентир в будущем, движущий мотив развития. Это основа для построения критериев оценки результатов деятельности местной администрации, для выявления проблем и принятия решений. Без формулировки целей невозможно управление организационной структурой и целенаправленный контроль над ней. При этом в современной теории и практике преобладает многоцелевой подход.

Формулировка целей неотделима от разработки стратегии их достижения. Стратегия определяется как план действий в конкретной ситуации. Под стратегией также понимается определение и оценка альтернативных путей достижения уже выбранных задач или целей и выбор одного из этих вариантов для дальнейшей реализации.

Е.В. Сокольских, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭФФЕКТИВНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИКУ РЕГИОНА НА БАЗЕ ЛИЗИНГА**

В последние годы темпы развития экономики области, в особенности в промышленной ее части, заметно снизились и не выглядят столь обнадеживающим фактором, как раньше. Индекс физического объема промышленного производства в 2002 г. упал по сравнению с 2000 г. с 123,8 % до 100,5 %. Причин тому несколько. Можно назвать здесь изменение рыночной конъюнктуры, неэффективный менеджмент и слабую сбытовую политику предприятий, рост тарифов на энергоресурсы и т.д.

На первый план в этой нестабильной экономической ситуации выступает также и другая проблема – устаревшая материально-техническая база большинства товаропроизводителей. Изношенность их оборудования достаточно высока, и если в ближайшем будущем мы не заменим станки и техноло-

гические линии, то фактически окажемся безоружными перед натиском на наш рынок высококачественной зарубежной продукции, когда вступим в ВТО.

Спасти положение дел могут только инвестиции в реальный сектор экономики. Но привлечь к нам денежные средства зарубежных банков и компаний дело совсем не простое при кажущемся благоприятном областном инвестиционном климате и в значительной степени маловероятное: условия при этом ставятся нашим предприятиям такие, что делают их сегодня практически невыполнимыми. Между тем многие предприятия нуждаются в первую очередь собственно не в деньгах, а в современном оборудовании. И здесь самый приемлемый и выгодный вариант – приобретение его на длительный срок в аренду с последующим выкупом. Иначе говоря, речь идет о так называемом лизинге.

Термином «лизинг» в узком смысле обозначают понятия «финансирование аренды», «операции по финансированию аренды», «кредит-аренда». Это так сказать классические определения. Но лизинг можно рассматривать еще и как вид инвестиционной деятельности по приобретению оборудования, имущества и передаче его на основании договора-лизинга на определенный срок, за определенную плату и на определенных условиях в аренду лизингополучателю.

Интерес к различного рода инвестициям, в том числе и финансовой аренде, заметно растет. Это связано с оживлением экономики вообще и отдельных предприятий в частности. Для модернизации и расширения производства, открытия новых видов деятельности требуется современное оборудование. Но оно очень дорогое, и купить его на взятые из собственного оборота деньги практически нельзя, поэтому и возникает потребность в долгосрочном кредите или лизинге.

Для успешного развития рынка лизинга в регионе необходима заинтересованность банков в работе с большими и малыми предприятиями области по лизинговой схеме. Операции лизинга носят взаимовыгодный характер. Поставщик расширяет рынок сбыта, реализуя свой дорогостоящий товар, и получает за него от банка выручку, причем в минимально короткий срок. Банк в свою очередь, развивает новый вид деятельности, приобретает новых клиентов и получает свою прибыль. Лизингополучатель с минимальными для себя затратами благодаря банковским инвестициям приобретает новое оборудование, начинает выпускать качественную и конкурентоспособную продукцию, расширяет производство и создает новые рабочие места. В целом же это очень выгодно и для области. По сути, лизинг может оживить у нас экономические процессы и станет своеобразным ключом зажигания для движения вперед.

Так как банк как лизингодатель несет определенный риск в этой финансовой операции, то при выборе возможных бизнес-проектов, представ-

ленных предприятиями, необходимо руководствоваться рядом критериев. Среди них могут быть: экономическая оправданность проектов; их вклад в экономику области; конкурентоспособность новой продукции. Также лизингополучатель должен быть экономически устойчивым предприятием, способным затем расплатиться по лизинговым платежам.

Одним из существенных вопросов является залоговое обеспечение лизинговых операций. При обычном долгосрочном кредите нужен залог на весь объем финансирования. При лизинге же действует более льготный режим. Залог банку как лизингодателю нужен только на первый транш, когда перед получением оборудования следует заплатить часть его стоимости поставщику. Дальше уже сама новая техника будет служить залогом перед банком. Предприятие поначалу фактически вообще ничего не платит. Лизингополучатель станет рассчитываться только тогда, когда получит оборудование, смонтирует его, когда пройдет период ввода техники в эксплуатацию.

Несмотря на столь очевидные преимущества лизинга, он до сих пор как-то медленно и неуверенно входит в нашу практику, хотя российское законодательство о лизинге вполне приемлемо для нашей экономики. На мой взгляд, тормозом для развития лизинговых операций служит тот факт, что весь лизинговый платеж облагается, кроме того, еще и 20-процентным НДС. Такую накрутку предприятию надо еще и как-то отработать. Получается, что на такой шаг способно пойти только крепкое в финансовом отношении предприятие или то, которое предлагает высокоэффективный бизнес-проект с относительно быстрым возвратом денег. Также, для того чтобы выдавать долгосрочные кредиты, банкам нужно иметь и соответствующие финансовые ресурсы, а их не хватает – и это проблема почти всех российских банков.

Для выхода из создавшейся ситуации нужно обязательно задействовать административный ресурс – без него лизинг трудно будет сдвинуть с места. Нужна своя региональная лизинговая программа и определенные бюджетные ресурсы для нее. Разместив ресурсы в банках, можно выдавать их как долгосрочный кредит. Эффект от него получим через несколько лет, когда начнет действовать новое производство и государство будет иметь здесь свою прибыль. Областной бюджет получит ее и от размещенных в банках своих ресурсов – под эти депозиты банк будет начислять проценты. В итоге выходит двойная для областного бюджета выгода.

Проблему лизинга в перспективе можно снять – жизнь заставит находить сообща оптимальные, разумные и взаимоприемлемые решения.

А.А. Темченко, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВАЦИОННОЙ ОРИЕНТАЦИИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ ГРУППЕ

Руководители любой организации постоянно вынуждены решать одну и ту же проблему: как отладить систему управления, чтобы, с одной стороны, обеспечить работоспособность и сотрудничество работников всех звеньев организации, а с другой – преодолеть их возможные конфронтации в организационной среде.

Проблема «конфронтация – сотрудничество» оказывается основным морально-психологическим противоречием организационного поведения, которое либо преодолевается, либо обостряется. Противоречивость поведения в организации задается двумя базовыми факторами: «интересы организации – личные интересы». Это особенно ярко проявляется в должностном поведении, где один из базовых факторов отражается в сознании личности в виде стимулов или мотиваций.

Степень разрешимости проблемы и ее исход, во многом, зависит от выявления личных интересов и мотивов поведения работников, а также в грамотном, профессиональном подборе и применении механизмов стимулирования.

Спектр мотивов поведения разнообразный: от индивидуальных и коллективных до осмысленных и неосмысленных. Кроме этого мотивация поведения человека является иерархической, где на вершине пирамиды оказывается определенный мотивационный комплекс, подчиняющий себе всю остальную гамму мотивов и определяющий поведение, в конечном счете. В структуре мотивации выделяются скрытые мотивы, которые в процессе деятельности и общения могут стать ведущими.

Студенты и преподаватели университета являются работниками единой организации, со своими целями, задачами и структурой. Эффективность процессов функционирования и дальнейшего развития, протекающих в университете зависят во многом от профессионального организационного управления. Поэтому, сегодня - во времена реформирования системы образования, как никогда важно знать мотивы поведения, которые позволят преподавателям эффективно обучать студентов, а тем, в свою очередь, стремиться получать образование.

В данной работе сделана попытка исследования мотивационной ориентации на примере одной из учебных групп университета.

Были предложены следующие группы тестов:

I. *Какие признаки групповой мотивации более значимы для Вас?*

1. Оценка Вашей деятельности другими.
2. Одобрение товарищей, сокурсников.
3. Уважение в семье.
4. Выполнение долга перед семьей, коллективом, руководителем.



5. Желание получения награды, поощрения, публичной похвалы и т.п.
6. Профессиональное совершенствование в процессе обучения.
7. Гордость за свое профессиональное мастерство.
8. Интерес к процессу обучения.
9. Достижение конкретных целей в результате обучения.

II. *Что заставит Вас продолжить образование, если, поступив учиться в ВУЗ на престижную специальность, Вы чувствуете себя отчужденно, недовольны коллективом и взаимоотношением с преподавателями?*

1. Деньги решают все - Учусь, чтобы заработать.
2. Учусь, чтобы накопить опыт. Поступлю в другой ВУЗ.
3. Необходимо иметь высшее образование. Учусь ради диплома.
4. Меня учат, я делаю свою работу. Остальное меня мало волнует.
5. Мне на университет наплевать. Я отучился и ушел.
6. Сегодня нужны грамотные специалисты. Все должны учиться.
7. У меня престижная специальность, а значит перспективная работа.

Всего в ходе тестирования было опрошено 29 студентов, путем независимого выбора понравившихся ответов, количество которых не ограничивалось. Результаты тестирования приведены ниже.

*Количество ответов на вопросы теста (чел.)*

№ вопроса \ № теста	1	2	3	4	5	6	7	8	9
I	4	7	2	-	9	6	19	3	20
II	18	-	22	24	4	2	5	×	×

В первом тесте первые 5 мотивов относились к косвенным, а остальные 4 – к прямым. Исследование в учебной группы показало, что в поведении студентов преобладают прямые признаки групповой мотивации. Не менее чем для 22 чел. (75,9%) важно получение высшего образования, несмотря на возможный дискомфорт в учебном процессе. Имеет место достаточно сложная структура мотивации в сознании и поведении студентов.

И.В. Терентьева, М/ф ВлГУ, г. Муром, Россия

## **ВЛИЯНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ БЮДЖЕТНОЙ ПОЛИТИКИ НА СТИМУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ**

За последнее десятилетие произошли существенные преобразования в бюджетно-налоговой системе нашей страны. На смену единому государственному бюджету и централизованному управлению пришла трехуровневая бюджетная система с провозглашенной самостоятельностью бюджетов каждого уровня, децентрализацией расходных и доходных полномочий. В прежней системе на местах отсутствовала заинтересованность наращивать свой доходный потенциал, рационализировать расходы, дейст-

вовал принцип пассивного распределения имеющихся ресурсов между действующими структурами и службами. К сожалению, о нынешней системе нельзя сказать обратного. Новая сформированная законодательная база в сфере бюджетно-налоговых отношений не лишена противоречий, недоработок и, самое главное, не решает глубинной проблемы – создание механизма стимулирования местных органов власти по использованию потенциала саморазвития. Органы власти на местах должны действовать как эффективные менеджеры, старающиеся увеличить доходы своих территорий, сократить нерациональные расходы, искать способы более экономного осуществления расходов, применять современные методы управления, видеть и использовать преимущества своей территории, приоритетные направления расходов («точки роста», вложения в которые способствуют развитию эффекта мультипликатора). Вместо этого органы власти действуют в новых условиях по старой схеме.

Рациональная, хорошо продуманная бюджетная политика субъекта РФ может создать как необходимые условия, так и механизм стимулирования муниципальных образований к эффективной работе. В наибольшей степени это относится к построению системы межбюджетных отношений и организации бюджетного процесса.

Одним из необходимых условий для работы вышеназванного механизма является четкое разграничение расходных полномочий и доходных источников между уровнями власти. Это будет способствовать реализации принципа самостоятельности органов власти и ответственности за выполнение своих полномочий. Оптимальным является такое разграничение полномочий, которое обеспечивает максимальную эффективность управления на всех уровнях власти. В настоящее время разграничение расходных полномочий между органами власти несовершенно, в общем объеме расходов муниципалитетов трудно различить собственные и делегированные полномочия. Особенно остро стоит вопрос о передаче муниципальным органам власти отдельных государственных полномочий без выделения бюджетных средств на их выполнение. Не менее важен вопрос о полномочиях по предметам совместного ведения. С целью решения этой проблемы субъект РФ может принять областной закон о порядке наделения органов местного самоуправления отдельными государственными полномочиями и о принципах разграничения расходных полномочий по предметам совместного ведения. Распределение доходных источников должно быть в соответствии с установленными расходными полномочиями. Однако практика показала, что до сих пор в нашей стране отсутствует четкая система распределения налогов и других видов доходов между бюджетами. В первую очередь, необходимо создать достаточную доходную базу муниципальных образований, закрепив за ними такие доходные источники, которыми му-

ниципалитеты могут реально управлять, влияя на величину поступлений в бюджет или стимулируя развитие экономики своей территории. Перевод части регулирующих налогов в закрепленные за местными органами власти также позволит сократить нерациональные встречные финансовые потоки, соответственно и финансовая помощь будет оказываться более адресно. Особенно важным является разграничение налоговых источников на постоянной основе, так как ежегодно меняющиеся нормативы отчислений подрывают стимулы у местных органов власти к проведению структурных реформ, привлечению инвестиций, развитию налогового потенциала территорий и повышению собираемости налогов.

Выбор того или иного механизма финансовой поддержки муниципальных образований может способствовать как стимулированию развития территории, так и формированию «иждивенчества» со стороны слабых территорий. Муниципальное образование может быть слабым в финансовом смысле с двух позиций: объективной (природные, ресурсные условия) и субъективной (безынициативность властей, их нежелание наращивать доходную базу). Механизм финансовой поддержки должен быть направлен не на поддержание субъективных факторов, а на их устранение. Целью оказания финансовой помощи должно быть не выравнивание социально-экономического развития территорий (чрезвычайно дорогостоящий и совершенно неэффективный процесс, что доказано как отечественным, так и зарубежным опытом), а реализация на территории региона гарантированных Конституцией РФ государственных минимальных социальных стандартов. Формирование местных бюджетов на основе социальных стандартов позволит рационализировать расходы и осуществлять их обоснованно. Для стимулирования социально-экономического развития муниципальных образований региона, поддержки муниципальных программ и проектов, развития предприятий, осуществления региональных программ предоставлять субсидии, субвенции, бюджетные ссуды (возможно предоставление средств на конкурсной основе).

Д.В. Тимофеева, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРАЛЬНЫХ СИСТЕМ**

Опыт развитых стран свидетельствует, что концерны, холдинги, консорциумы, финансово–промышленные группы (включающие промышленные предприятия, исследовательские организации, банки, торговые фирмы), многие структуры ассоциативного типа, базирующиеся на внутренних договорных отношениях, являются своеобразным каркасом экономики страны.

В России в последнее время усилилась мотивация предприятий к вхождению в финансово–промышленные группы, ассоциации, союзы на

добровольной основе. Тенденция к объединению субъектов хозяйствования в корпорации – отражение объективной необходимости. Крупные корпорации, ФПГ, повышая рыночную регулируемость производства, способствуют устойчивости экономического сотрудничества как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Структура отечественной промышленности по отраслям довольно близка корпоративной. Многие смежные предприятия создавались и относились к различным министерствам. Ранее существовала строго вертикальная отраслевая система управления, сегодня после неоднократных структурных изменений в экономике возникла ситуация полной неуправляемости этими процессами. Изменение форм собственности, стремительное разгосударствление не сопровождалось применением форм и методов эффективного управления новыми субъектами хозяйствования.

Сегодня чрезвычайно важно, чтобы возрождение ассоциативных образований уже за пределами управленческой вертикали, в системе горизонтальных добровольных союзов, объединений не замыкалось только инициативой снизу, но и инициировалось государством через создание и совершенствование соответствующей законодательной базы, регламентирующей формирование и функционирование структур ассоциативного плана.

В странах СНГ, где формирование корпоративной культуры находится на начальной стадии, необходим комплексный подход к изучению наиболее актуальных факторов деятельности интегрированных корпоративных структур в их взаимосвязи, особенно относительно таких моментов, как снижение транзакционных издержек, повышение конкурентных преимуществ, оптимизации отношений между управляющими и акционерами, предприятиями и «главным банком».

Деятельность корпоративных объединений в условиях переходной экономики определяется двумя основными обстоятельствами: эффективностью используемой модели управления, направленной на развитие определенных приоритетных объектов экономики с позиции обеспечения их технологического и экономического роста с целью повышения эффективности использования общественных ресурсов и наличием объективных экономических предпосылок, выраженных в особенностях отраслевого развития производства.

Е.В. Титова, Н.В. Андреева, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **СТРУКТУРНЫЕ СДВИГИ В ПОДРЯДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕГИОНА**

Строительная отрасль по объему производимой продукции и количеству занятых людских ресурсов занимает десятую часть экономики

страны. Структурные сдвиги в экономике способствовали возникновению хозяйствующих субъектов различных форм собственности, что привело к увеличению числа строительных и монтажных организаций. Строительные организации по формам собственности представлены ниже

Формы собственности	1999 г.			2000 г.			2001г.		
	Всего	%	до 100 чел.	Всего	%	до 100 чел.	Всего	%	до 100 чел.
Государственная	27	1,99	15	23	1,6	10	22	1,51	10
Муниципальная	9	0,66	7	10	0,7	8	9	0,62	8
Собственность общественных объединений	1	0,07	1	-	-	-	1	0,07	-
Смешанная российская	48	3,54	44	30	2,08	25	28	1,92	23
Частная	1250	92,3	1222	1359	94,6	1336	1384	95,1	1342
Смешанная с совместным российским и иностранным участием	20	0,15	20	15	1,04	10	12	0,82	9
Всего	1355	100	1309	1437		1389	1456	100	1392

Преобладающей на территории Владимирской области являются строительные организации, имеющие частную форму собственности. Так на их долю приходится 92,3 % (1999 г.), 94,6 % (2000 г.) и 95,1 % (2001 г.) Вместе с тем наблюдается увеличение объемов подрядных работ. В период с 1999 г. по 2001 г. по сравнению с предыдущими годами объем выполненных работ подрядными организациями увеличился на 109 %, 141 %, 185 % соответственно.

В 1999 г. предприятиями и организациями всех форм собственности выполнено собственными силами работ по договорам строительного подряда на сумму 1291,0 млн руб., в том числе строительными организациями на сумму-1074,5 млн руб.; в 2000 г.- на сумму 2686,4 млн руб., в том числе строительными организациями на сумму 2298,3 млн руб.; в 2001г. - по договорам строительного подряда на сумму 2950,7 млн руб. Индекс физического объема по сравнению с 2000 г. составил 89,3 %.

Динамика подрядных работ по региону представлены ниже

	Подрядные работы, выполненные собственными силами, тыс. руб.								
	1999 г.			2000 г.			2001г.		
	Всего	в т.ч. стр. орг.	%	Всего	в т.ч. стр. орг.	%	Всего	в т.ч. стр. орг.	%
Область	757547	621057		1457752	1234010		1507414	1243782	

Города:									
Александров	41622	37820	6,95	95168	88120	7,8	144247	137641	12,1
Владимир	297712	260752	47,9	513657	460676	40,8	677553	602703	52,9
Вязники	7636	7368	1,35	300681	300681	26,6	11265	3828	0,34
Гусь-Хрустальный	52003	50091	9,2	55361	49167	4,35	66570	61147	5,36
Ковров	114718	100184	18,4	100794	88522	7,84	154009	140349	12,3
Кольчугино	51252	41621	7,64	114583	81488	7,23	123277	108408	9,51
Муром	74212	42492	7,8	105552	53478	4,73	148254	79070	6,93
Собинка	5282	3955	0,73	5250	5250	0,46	4412	4285	0,38
Суздаль	178	145	0,03	1817	1817	0,16	2746	2746	0,24

Наибольшее выполнение объемов подрядных работ наблюдается в областных и региональных центрах области: Владимир до 52,9 % (2001г.), Ковров (12,3 %), Александров (12,1 %), Кольчугино (9,51 %), Муром (6,93 %) и Гусь-Хрустальный (5,36 %).

На деятельность строительных организаций оказывают множество проблем: неплатежеспособность заказчиков, высокий уровень налогов, недостаток коммуникационных систем, приводящих к минимальным заказам, высокая стоимость материалов, конструкций, изделий, конкуренция со стороны других строительных фирм, нехватка и изношенность строительных машин и механизмов, недостаток квалифицированных рабочих.

Таким образом, к 2002 г. наметилось положительная тенденция по увеличению объемов подрядных работ строительными предприятиями и организациями на территории Владимирской области.

О.Б. Трофимова, Администрация Владимирской области, г. Владимир, Россия

### **АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ РАСХОДОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ**

Россия в соответствии со ст.7 действующей Конституции уже 9 лет является социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. Это означает, что при любых преобразованиях в экономике страны приоритетной целью является формирование рыночного механизма социальной направленности. В этих условиях социальная ориентация рыночного хозяйства, необходимая для общественного согласия, во многом

определяется государственным вмешательством в национальную экономику и в процесс перераспределения национального дохода.

Государству должен принадлежать важный, но ограниченный круг компетенций в тех областях, в которых государственная деятельность является необходимой и оказывается эффективнее рыночной.

В настоящее время можно говорить лишь о предпосылках создания в нашей стране социального государства. Концепция управления социальным развитием России находится в стадии разработки. Идет интенсивный поиск идеи, которая смогла бы консолидировать наше общество, идеи построения социального государства. В процессе трансформации экономики формируется обновленная социальная политика государства, и следовательно, изменяются представления о целях, критериях и механизмах функционирования его социально ориентированных расходах. При федеральном устройстве государства перечисленные параметры должны представлять собой единство интересов Федерального центра, субъектов РФ и органов местного самоуправления.

В территориальных границах муниципальных образований должны удовлетворяться и обеспечиваться многочисленные и постоянно растущие потребности человека на всех этапах его жизни – в соответствии со сложившимися уровнями развития производства, социальной и производственной инфраструктуры, национальными традициями, культурными ценностями и тому подобное. Назрела необходимость упорядочения взаимоотношений всех ветвей власти, иначе столкновение с наболевшими проблемами школ и больниц, транспорта и застройки территорий неизбежна. Если взять, например, отрасль образования, то надо точно знать, кто отвечает за уровень преподавания, кто – за содержание школьного здания, кто – за коммунальное обслуживание. Если за все отвечает муниципалитет, тогда нужно предоставить ему соответствующие средства для проведения социально направленных расходов.

Решение обозначенных задач сталкивается с трудностями реализации «единства через многообразие» социально-экономических различий субъектов РФ и муниципальных образований. Конструкцией, способной обеспечить единство интересов, может служить бюджетный федерализм. Перспективы стратегии устойчивого развития связываются с формированием целостной модели бюджетного регулирования. И в тоже время область нерешенных проблем (определение социально ориентированных услуг населению, становление системы бюджетного федерализма) достаточно велика.

Актуальность темы подтверждается не только бюджетной политикой России на 2003 г. с акцентом на расходную составляющую бюджета, но и рассмотрением бюджетного регулирования в контексте формирующейся россий-

ской модели бюджетного федерализма, утвержденной Программой развития бюджетного федерализма в Российской Федерации на период до 2005 г.

В экономической литературе отмеченные вопросы получили должное освещение в работах известных отечественных политиков, ученых, юристов: О.В. Богачевой, Р.Г. Абдулатипова, Е.М. Бухвальда, С.Д. Валентея, Д.А. Аллахвердян, А.М. Александрова, А.М. Бирман, В.В. Болотина, Г.А. Ковалевой и многих других. Зарубежные авторы, такие как Дж. Бьюкенен, А. Вагнер, Д. Гроссер, Т. Ланге, Дж. Гэлбрет, П. Самуэльсона, М. Фридмен в основном рассматривают проблемы участия государства в поддержании благосостояния населения.

Вместе с тем уровень разработанности механизма регулирования социально ориентированных расходов, особенно применительно к условиям и задачам современной стратегии развития РФ является недостаточным. К настоящему времени крайне мало проведено исследований обеспечения социально ориентированных расходов. Это касается рассмотрения вопросов формирования ресурсов, направляемых из различных источников на их финансирование, общего объема и структуры, принципов, каналов распределения, формирования рынка социальных услуг. Особый блок вопросов связан с качественным содержанием и количественной оценкой социально ориентированных расходов применительно к задачам экономического роста и стратегии устойчивого развития, а также взаимосвязи целевой направленности с конкретными категориями (показателями) социально-экономического развития регионов и муниципальных образований. Отсутствует единство мнений среди специалистов по теоретико-методологическим положениям финансового обеспечения социально ориентированных расходов.

Г. В. Фадейчева, ВИБ, г. Владимир, Россия

## **КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВКЛЮЧЕНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОДСИСТЕМ В ЕДИНОЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО РОССИИ**

Постановка вопроса о развитии территориальных социально-экономических подсистем предполагает выработку четкой государственной политики, касающейся социально-экономической динамики российской хозяйственной системы в целом. В настоящее время исследование данной проблемы, на наш взгляд, имеет достаточно размытые контуры в связи с тем, что:

- до настоящего времени нет четкой государственной долгосрочной хозяйственной политики;



- отсутствует единая государственная идеология, нет общегосударственной идеи, на которую бы ориентировались все территориальные образования;
- идут дебаты на различных уровнях об изменениях территориальных образований, в частности – об изменениях границ ряда областей;
- продолжается реорганизация ряда важнейших хозяйственных структур, связывающих в единое экономическое пространство территориальные подсистемы (РАО ЕЭС, РЖД и т.д.); в результате данных реорганизаций возможна дезинтеграция территорий.

В свете вышеназванных проблем перед территориальными социально-экономическими подсистемами актуальными являются следующие задачи:

- поддержание имеющейся промышленности, недопущение её свертывания;
- компетентные оценки инвестиционных проектов, оказание предпочтения инвестициям в реальный сектор экономики;
- отстаивание региональных долгосрочных интересов;
- восстановление интеграционных хозяйственных связей как с внутренними, так и с международными субъектами;
- развитие внутреннего рынка территориальных хозяйственных подсистем.

Перспективы возрождения российской хозяйственной системы и её положительная динамика, безусловно, связаны с развитием территориальных социально-экономических подсистем и неотделимы от возрождения интеграционных хозяйственных связей – основы единого российского хозяйственного пространства.

Л.В. Фильберт, г. Владимир, ВлГУ, Россия

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В СИСТЕМЕ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЖКХ НА СЕЛЕ**

Важнейшей, если не главной, задачей районных администраций является организация обслуживания жилого фонда рабочих поселков и центральных усадеб бывших совхозов и колхозов. При этом организация муниципальных предприятий ЖКХ на селе во многих случаях явилась вынужденной мерой ввиду отказа новых собственников промышленных и сельскохозяйственных предприятий от содержания жилищно-коммунальной сферы, ранее входящей в их состав.

Не говоря о практически полном износе основных средств ЖКХ, руководство сельских административно-территориальных образований получило в придачу огромные долги за газ и электроэнергию принятых на баланс предприятий и дебиторскую задолженность за квартплату обнищавше-

го населения. Администрации вновь созданных МУП ЖКХ ютятся в тесных непригодных помещениях, получая мизерную зарплату частями по 100-200 руб. по мере поступления текущих платежей от населения.

Нелепо в этой ситуации выглядят утверждения о монополизме предприятий ЖКХ, «...позволяющим повышать цены на услуги без соответствующего роста качества обслуживания населения». Если и рассматривать проблему в этом аспекте, то скорее по ЖКХ крупных и средних городов. Что касается сельской местности, то ситуация здесь совершенно иная. Так, например, обслуживание жилого фонда по Суздальскому району возложено на 8 муниципальных унитарных предприятий ЖКХ, обеспечивающих несколько тысяч многоквартирных домов и коттеджей теплом, водой, канализацией и вывозом твердых бытовых отходов. Материально-техническая база вновь созданных МУП чрезвычайно слаба. Наиболее тяжелым бременем на них ложится теплоснабжение жилых домов, обеспечиваемое 16 котельными, ранее входившими в состав промышленных и сельскохозяйственных предприятий. Построенные в расчете на обслуживание в первую очередь производственных нужд, они задействованы сейчас в лучшем случае на 20-30 %. Учитывая жестокое безденежье сельского населения, администрация Суздальского района вынуждена держать тарифы на тепло, отпускаемое населению в размере, едва превышающем 50 % себестоимости. И хотя для прочих потребителей тариф на тепло установлен с рентабельностью до 20 %, незначительное потребление тепла простаивающими предприятиями не покрывает общих затрат ЖКХ. Убытки этого сектора услуг покрываются дотациями из местного бюджета, которые носят далеко нерегулярный характер и сводятся в лучшем случае к финансированию самых неотложных работ к предстоящим отопительным сезонам.

Представляется, что в отсутствие четко проработанной стратегии развития теплоснабжения жилого сектора ЖКХ, положение здесь будет усугубляться с каждым годом. Нужна эффективная инновационная политика, в основу которой должна быть положена ориентация на прогрессивные модели новых котельных и технологических процессов, не предусматривающих многокилометровых теплотрасс и работающих на газе. На первых порах можно предложить перевод на газ существующих котельных. Нижеприведенные данные по затратам на топливо подтверждают высокую эффективность предлагаемых мероприятий.

*Сравнительный анализ себестоимости 1 гигакалории тепла ( 2001 г.)*

Предприятие	Вид топлива	Себестоимость, руб.	
		Всего	в том числе топливо
МУП ЖКХ «Стародворский»	Жидкое	1037,71	829,80
МУП ЖКХ «Заклязьменский»	Уголь	359,00	179,55
МУП ЖКХ «Сновицы»	Газ	265,46	84,08

МУП ЖКХ «Новый»	Газ	249,39	75,50
-----------------	-----	--------	-------

Не менее важным резервом экономии тепла является замена остатков теплоизоляции на теплотрассах надземного исполнения на пенополиуретановое покрытие (ППУ). Подрядчики согласны на выполнение этих работ на условиях оплаты за счет текущей экономии на топливе, которая по некоторым оценкам может составить до 30 %.

Далеко не использованы резервы автоматизации технологических процессов, каждый вариант которых следует оценить по существующим методикам оценки эффективности бизнес-проектов. Следует считать анахронизмом ручное регулирование подачи газа, воздушных заслонок, дымовых шиберов.

И, наконец, кординальным решением проблемы совершенствования технологии теплоснабжения не только на селе, но и в городах, является строительство миникотельных, обеспечивающих минимизацию длины теплотрасс и полную автоматизацию процесса.

Сложившаяся на селе ситуация является следствием проводимых в стране рыночных реформ и должна выправляться совместными усилиями властей всех уровней. Очевидно, что возлагать на местные бюджеты, а тем более на сами предприятия ЖКХ финансирование капитальных вложений, связанных с инновационными процессами в теплоснабжении совершенно нереально. Вопросы следует решать как минимум на уровне субъектов Федерации, пока процесс развала этого сектора услуг не приобрел необратимого характера.

Н.Е. Фуртат, ВГПУ, г. Владимир, Россия

## **РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА – ДЕЛО РЕГИОНОВ**

Данные статистики и положение дел на практике свидетельствуют о том, что дефолт, произошедший в России в 1998 г. и явившийся стимулом развития российской экономики в течение трех лет, себя исчерпал. Рост промышленного производства в 2002 г. составил 3,7 %, в то время как в посткризисном 1999 г. – 11 %, в 2000 – 11,9 %. Темпы роста инвестиций упали с 17 % в 2000 г. до 2,5 % в 2002 г. (вместо ожидавшихся 4 %) и будут по прогнозам снижаться и в 2003 г. Что же ожидает российскую экономику?

Экономисты и эксперты считают, что при всем негативном анализе, у России есть предпосылки для того, чтобы стать инвестиционно привлекательной державой. К ним относятся, во-первых, политическая стабильность, во-вторых, недорогая рабочая сила и, в-третьих, привлекательный для Запада рынок потребления. Это делает выгодным организацию и развитие производства именно в России. Для этого необходимо наличие двух

условий – это сохранение хотя бы имеющихся темпов роста производства и обеспечение реального, а не на словах развития предпринимательской деятельности.

В большинстве цивилизованных стран с развитыми рыночными отношениями именно мелкие предприниматели вносят главный вклад в казну. Невершенное законодательство в России продолжает загонять предпринимателей в тень, делая это под лозунгом помощи малому бизнесу.

Развитие рыночной экономики на базе предпринимательства – это главная задача регионов. Но достичь этого можно только на основе разумных законов, принятых на уровне правительства.

По подсчетам бизнесменов они реально работают на свои фирмы не более 3-х часов в день. Остальное время уходит на визиты в различные службы, дающие разрешение на занятие предпринимательской деятельностью (Санэпидслужбу, Госстандарт, налоговую инспекцию, суды и т.п.). Новые законы, призванные помочь предпринимателю, часто несут в себе и новые противоречия. За примерами далеко ходить не надо. Вступивший в действие с 2003 г. упрощенный порядок налогообложения малых предприятий, позволяет отчитываться с валового дохода, при этом предусматривается освобождение от уплаты налога на добавленную стоимость. Но если свою продукцию предприниматель предложит фирме, уплачивающей НДС, то товар для нее становится дороже на 20 %, теряя при этом конкурентоспособность. Преимущество в одночасье превращается в недостаток.

Согласно федеральному закону с 1 января 2003 г. арендная плата за землю, как и земельный налог, выросли в 1,8 раза. Это еще один выпад против предпринимателей, так как областные и городские администрации не имеют права устанавливать местные льготы хотя бы для некоторых категорий предпринимателей, например, инвалидов.

Выход из создавшейся ситуации видится в том, чтобы, во-первых, принимаемые законы в поддержку малого бизнеса были действительно направлены на развитие предпринимательства, нашли понимание и поддержку со стороны правительственных чиновников. Во-вторых, по мнению И. Хакамады, вплотную и не один год занимающуюся проблемами развития и поддержки малого бизнеса в России, необходимо добиться передачи всех налогов от малого предпринимательства в местные бюджеты. Это заставит низовую власть уменьшить налоги за аренду помещений, на землю, пойти навстречу предпринимателям при выкупе арендованных помещений. Тогда развитие и поддержка предпринимателей и становление среднего класса России станет поистине проблемой, которая сможет быть решена на уровне регионов.

К.В. Хартанович, Н.С. Вертиева, В/ф РМАТ, г. Владимир, Россия

## ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА

Региональные особенности формирования туристского комплекса представляют собой устойчивую систему анализа и разработки взаимосвязанных элементов целостного взгляда на проблемы индустрии и инфраструктуры туристской отрасли. В общих чертах принципы анализа и синтеза могут быть представлены следующим образом:

1. Туризм представляет собой сложнейший межотраслевой комплекс, предполагающий взаимодействие многих отраслей хозяйства на государственном уровне. Для радикального улучшения в работе этого комплекса требуется новый подход к регулированию социально-экономических и политических отношений.

2. Основные факторы, сдерживающие развитие туристской индустрии Владимирского региона, можно отнести следующие:

- недостаточная поддержка развития туризма со стороны государства;
- недостаток правовых и нормативных актов, регулирующих туристскую деятельность;
- неудовлетворительное состояние инфраструктуры сферы туризма;
- нестабильность налоговой политики;
- дефицит инвестиций;
- недостаток квалифицированных кадров;
- высокая конкуренция на рынке туруслуг;
- нехватка собственных денежных средств;
- неплатежеспособность потребителей.

3. Экономическая эффективность индустрии туризма обеспечивается при решении следующих задач:

- установление и стимулирование развития доходобразующих сегментов туристской индустрии;
- четкое определение источников дохода в составе туристского продукта и принципов управления доходностью турпродукта;
- упорядочение системы денежного обращения в туристской индустрии, установление контроля за прохождением валютных средств за прием туристов, переориентация расчетов за туруслуги, работы и товары в сферу безналичных расчетов;
- привлечение значительных средств отечественных предпринимателей в сферу туристской индустрии;
- создание туристско-рекреационных экономических зон в регионах и турцентрах, обладающих высокой туристской привлекательностью и возможностью приема иностранных туристов.

4. Для стимулирования работы отдельной туристской фирмы и успешного развития туристской индустрии региона в целом предлагается следующий комплекс мер:

- усовершенствование основ современной нормативно-правовой базы развития туризма и системы государственного регулирования туристской деятельности (выпуск бюллетеня нормативно-правовых актов туристской деятельности), в т.ч. системы сертификации и лицензирования сферы туризма, закона о защите прав потребителей (разработка и выпуск «Положения о порядке предоставления туруслуг потребителям»), системы статистики;

- информационное обеспечение туристской индустрии (создание информационного банка туристских фирм, туров, средств размещения и транспортного обеспечения), проведение активной рекламной деятельности, направленной на поднятие туристского имиджа области (проведение рекламных туров, участие в выставках, рекламно-информационное продвижение новых маршрутов событийного, культурного и спортивного туризма, открытие *www* сервера в *INTERNET* и выпуск сувенирной продукции с символикой Владимирской области);

- кадровое обеспечение (подготовка специалистов для туристской отрасли, повышение квалификации кадров, проведение семинаров и обучение специалистов туристских организаций);

- предоставление условий для развития внутреннего и въездного туризма (развитие межрегиональных и зарубежных туристских связей);

- содействие развитию социального, в том числе детского туризма;

- развитие материальной базы туризма, средств размещения и инфраструктуры путем привлечения внебюджетных источников (привлечение инвестиций для реконструкции и строительства объектов туристской индустрии: ОАО «Турцентр», гостиницы «Владимир», т/б «Улыбышево» и т. д., строительство туристской автостоянки в сервисном рекламно-информационном центре, создание развлекательно-туристского центра во Владимире, благоустройство площадки отдыха на трассе Муром-Судогда);

- разработка новых туристских программ и маршрутов (развитие детского и молодежного туризма, открытие нового водного маршрута (Барское Городище – Спас Купалище – Потакино) с обустройством стоянок и приобретением байдарок; программа «малых» городов («Праздник муромских святых», «Иван Грозный в Александровой Слободе» и т.д.), развитие спортивного самодетельного туризма, укрепление его материальной базы (байдарочные маршруты, экологический туризм «Мещера», организация конных развлекательных туристских мероприятий).

Таковы основные специфические особенности формирования туристского комплекса Владимирской области.

К.В. Хартанович, В.С. Ребрикова, В/ф РМАТ, г. Владимир, Россия

## РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ ТУРИЗМА

Доходы от туризма способны поднять экономику региона, в котором он развивается. Значение туризма для экономики региона многообразно и очень весомо.

1. Создание туристских фирм и развитие их бизнеса приносит большую выгоду: клиентам – продукцию, услуги; работающему персоналу – зарплату; бизнесменам – прибыль; региону – деньги за счет налогов и сборов.

Любое предприятие или учреждение может получать прибыль от непосредственной производственно-коммерческой деятельности, а может и при помощи инвестирования прибылей (капиталов) в другие предприятия, которыми очень выгодно могут выступать именно туристские фирмы в силу быстрой оборачиваемости средств производства и высокой рентабельности.

2. С экономической точки зрения большое значение имеет эффект туризма в виде дополнительного спроса на товары и услуги. Особенность туризма состоит в том, что он вызывает к жизни новую форму потребительского спроса – спрос приезжающих на отдых туристов – на разнообразные товары и услуги, предложить которые призвана региональная промышленность.

3. Закон рынка диктует, что любое предприятие богато потому, что у него есть рынки, а не потому, что у него есть заводы. Увеличение продажи продукции местной промышленности естественным образом увеличивает доходы региона, в котором она находится.

4. Спрос на комплекс товаров и услуг, сформированный туристским движением, требует их производства. Поэтому туризм оказывает определенное влияние на развитие региональных отраслей, выпускающих предметы потребления. Благодаря этому производство потребительских товаров интенсивно развивается, принося пользу своему региону и повышая уровень жизни населения.

5. Туризм изменяет удельный вес расходов на общественный транспорт региона.

6. Увеличиваются доходы региональных средств связи, так как почтовое, телеграфное и телефонное обслуживание позволяет туристу поддерживать контакт с местом постоянного проживания.

7. По мере развития мобильного, нестационарного туризма увеличиваются расходы туристов на туристское снаряжение, которое, как правило, не может быть использовано в «оседлой» жизни. Это также приносит достаточно хорошие доходы.

8. При увеличении туристских потоков значительно повышается спрос на сувенирную продукцию, изделия местного кустарного промысла. Кроме дополнительного дохода, продажа таких изделий может служить рекламой туристского центра.

9. Развитие туристского бизнеса увеличивает спрос на продукцию сельского хозяйства региона. Сооружение средств туристского размещения положительно сказывается на состоянии конъюнктуры в строительстве. Расширяется и модернизируется региональная инфраструктура.

10. Развитие туризма благотворно сказывается на возрождении народных промыслов, традиций и фольклора.

11. Туризм способствует притоку значительных сумм иностранной валюты. Развитая туристская отрасль обеспечивает стабилизацию и увеличение поступлений валюты в страну и регионы. Причем поступление иностранной валюты происходит не только в виде оплаты за туристское обслуживание, но и как обмен валюты на повседневные нужды туристов.

12. Общегосударственное и региональное значение туризма состоит в способности приносить большие поступления доходов в госбюджет и региональный бюджет через налоги. И чем больше доходы туристских организаций и предприятий, тем больше поступлений в эти бюджеты.

Таким образом, региональный туризм приобретает в современном мире особо актуальное значение. Основными направлениями поддержки и развития туризма в российских регионах выступают – комплексное осмысление и апробация специфических российских форм и методов взаимодействия государства, муниципальной среды и туристского бизнеса в условиях формирующейся региональной совокупности механизмов поддержания имиджевых факторов развития регионального туризма.

Стратегической целью управления туристской динамикой является создание оптимальных условий для эффективного использования туристского потенциала региона. В основе реализации данной цели может быть положена концепция удовлетворения потребностей населения данной территории в увязке конкретных экономических задач совершенствования бюджетного процесса с учетом специфики субъекта федерации.

Регионы России крайне разнообразны по своим туристско-рекреационным ресурсам. Владимирская область является достаточно удачным полигоном для проведения экспериментальной апробации действенности общероссийской модели регионального развития туризма в современных условиях.

Е.В. Ченцова, Администрация Владимирской области, г. Владимир, Россия

## **ИЗ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЕМЕЙНОЙ ПОЛИТИКИ**

Как справедливо отмечал французский историк Марк Блок: «Незнание прошлого не только вредит познанию настоящего, но и ставит под угрозу всякую попытку действовать в настоящем».



Исторически управление мероприятиями, составляющими в совокупности государственную социально-экономическую политику в отношении семьи, сформировалось в бывшем СССР через деятельность социальных министерств и ведомств и профсоюзов - ВЦСПС.

Наиболее традиционные формы этой политики - предоставление материальной помощи семьям с детьми в виде государственных денежных пособий (по беременности и родам, единовременного в связи с рождением ребенка, по уходу за малолетним ребенком, по уходу за больным ребенком, единого ежемесячного пособия на ребенка), а также пенсий на детей; натуральных выплат (набора одежды для новорожденных, продуктов для беременных женщин, школьной формы, детской одежды и обуви, школьных завтраков и др.) и льгот семьям, женщинам и детям в трудовом, жилищном, пенсионном законодательствах, в сфере налогообложения, кредитования, бытовых услуг и т.п.

Управленческие функции по назначению и выплате пенсий и пособий, предоставление льгот и натуральных выплат осуществлялись, вплоть до распада СССР, в основном через организационно-методическую, координационную и консультативную деятельность Госкомтруда СССР, ВЦСПС, Гособразования СССР, Минздрава СССР, министерств социального обеспечения союзных республик, а также через территориальные органы этих министерств и ведомств, входившие в состав исполкомов Советов народных депутатов всех уровней управления (это - управления или отделы по труду, образованию, социальному обеспечению).

Для большинства таких структур указанная деятельность являлась не основной, а дополнительной, а поэтому не слишком эффективной.

Само принятие новых общегосударственных программ поддержки семьи носило эпизодический характер и осуществлялось посредством принятия указов Верховного Совета СССР, постановлений Совета Министров СССР, а в особо значимых случаях совместных постановлений Правительства и ЦК КПСС, ВЦСПС, ВЛКСМ.

Идеология государственных мер поддержки семьи обычно излагалась в преамбуле принимаемых нормативных документов. Далекое не все декларируемые в нормативных документах цели предполагали адекватные им меры и были достаточно продуманны и эффективны. В то же время само их изложение раскрывало интересы государства в области семейной политики.

В течение многих лет отечественное обществоведение либо вообще не рассматривало деятельность государства (его политику, идеологию, право) как один из важнейших факторов семейных изменений, либо обосновывало исключительность всего «советского» (семьи, образа жизни, государства и его политики и т. д.), игнорируя многие исторические факты.

С 1917 г. до первой половины 30-х годов семейная политика была направлена, по официальной версии, на создание работающим женщинам условий для сочетания материнства с трудом в общественном производстве в рамках развития социального страхования и трудовых льгот (отпуска и пособия по беременности и родам, оплачиваемые перерыв на кормление ребенка, запрет труда женщин и подростков ночные смены и на подземных работах). Специфично, что все эти меры адресовались не собственно семье, а городским женщинам — работницам как особой социально-демографической группе населения.

Программа построения коммунистического общества (ставшая основой всей деятельности большевиков) предполагала постепенную ликвидацию института семьи, деприватизацию семейной жизни и социализацию семейных функций. Эти идеи широко пропагандировались и партийными лидерами Советского государства. Наиболее лаконично относительно перспектив института семьи высказалась А.М. Коллонтай: «Семья обречена на разрушение». А уже в 1919 г. И. Арманд писала: «Мы должны и мы уже начали вводить общественное воспитание детей и уничтожать власть родителей над детьми».

Под влиянием партийной пропаганды в публицистике 20-х годов активно тиражируются тезисы о том, что «теперь не должно быть места указаниям о недопустимости вмешательства посторонних, чужих в сферу семейно-брачных отношений», что «партия имеет право заглянуть в семью каждого из нас и проводить там свою линию».

Фактически впервые в истории курс на полную отмену семьи был возведен в ранг официальной идеологии государства. Следующий период - со второй половины 30-х годов до 70-х годов - можно охарактеризовать как пронаталистский, ориентированный на поощрение высокой рождаемости и многодетности. В это время были введены пособия на детей многодетным матерям (начиная с четвертого ребенка), запрещены аборты (поскольку рождение детей — это «право и обязанность» женщин, как это было сказано в постановлении ЦИК и СНК СССР от 27 июня 1936 г.), ужесточена процедура разводов и увеличены алименты на детей (1937 г.). В этот период, как и в течение всех лет советской власти, предпринимались шаги по стимулированию деторождения, достаточно вспомнить налог на бездетность. Определяющее влияние на идеологию пронатализма в семейной политике в этот период сыграли огромные потери населения в годы репрессий и Великой Отечественной войны, голода, разрухи.

В 70-е - 80-е гг. в основу социальной политики в отношении семьи были положены идеи преодоления малообеспеченности семей с детьми на основе введения пособий на детей конкретным категориям семей: малообеспеченным с душевыми доходами, не превышающими 50 руб. в месяц

(1974 г.); с детьми-инвалидами (1979 г.); вдовам, не получающим на детей пенсии по случаю потери кормильца (1986 г.); на детей, родители которых уклоняются от уплаты алиментов (1985 г.). Кроме того, были увеличены пособия одиноким матерям (1981 г.).

В 90-е годы изменившаяся социально-экономическая ситуация привела к постепенному расширению охвата пособиями и росту их размеров. В настоящее время в основу существующей системы социальных льгот и гарантий государством положен принцип «адресности» с тем, чтобы конкретная льгота адресовалась уполномоченным государственным органом наиболее нуждающемуся в ней гражданину.

Д.В. Чернов, АТиСО, г, Москва, Россия

### **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Одной из важных проблем для многих территориальных образований является преодоление кризисных ситуаций в развитии градообразующих предприятий, которые обеспечивают занятость значительной части населения, а также часто предоставляют территории тепло, электроэнергию, транспорт и другие блага, участвуют в развитии производственной и социальной инфраструктуры.

По отношению к таким предприятиям чаще всего не применим арбитражный процесс, ибо процедуры банкротства в этом случае нецелесообразны, так как главная задача состоит в обязательном сохранении предприятия и его непременно оздоровлении. В этом случае сужаются возможности для антикризисного менеджмента и возрастает роль местных властей в разработке совместно с собственниками и менеджментом программы антикризисных мероприятий и ее успешной реализации.

Большинство территориальных образований в Российской Федерации получили в наследство от централизованной плановой экономики градообразующие предприятия (завод-город), которые представляют собой хозяйствующие субъекты, созданные для бескризисного развития, и запас «антикризисной прочности» у них практически отсутствует. Причина кризиса таких предприятий заключается в неконкурентоспособной продукции гражданских отраслей или резком сокращении (прекращении) производства в оборонно-промышленном комплексе.

В любом случае для региональных властей стратегической целью является восстановление деятельности предприятия с сохранением (увеличением) числа рабочих мест. Однако для достижения этой цели необходимо время. Поэтому целесообразно, решая эту стратегическую задачу, од-

новременно предпринимать шаги, направленные на смягчение социально-экономической ситуации в регионе.

В первую очередь это касается сохранения возможности предоставлять населению жизненно необходимые блага: тепло, свет, услуги детских учреждений, школ, объектов здравоохранения и т.п. Второе, на что также должны быть направлены усилия местных властей, - это развитие малого бизнеса и самозанятости населения в жизнеобеспечивающих сферах: торговля, бытовое обслуживание, производство товаров первой необходимости и др.

По первому направлению местная администрация должна участвовать в финансировании производства общественных благ, изыскивая для этого необходимые средства. Второе направление предполагает мотивацию населения к использованию личных сбережений для открытия собственного дела и поддержку местными властями наиболее важных сфер деятельности малого предпринимательства, способствующих росту ассортимента и объемов товаров и услуг, предоставляемых населению, а также созданию большего количества рабочих мест.

Для реализации стратегической цели – восстановления деятельности градообразующего предприятия, территориальные власти должны использовать, в основном, механизм финансового оздоровления (досудебной санации) за счет средств регионального и муниципального бюджетов, а также формируемых для этого специальных антикризисных фондов.

Т.Н. Чивильгина, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРАВ СОБСТВЕННОСТИ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ**

В совершенных рыночных условиях право собственности рассматриваются в качестве важнейшего фактора экономического роста и связываются с экономическим развитием предприятий.

В условиях социалистического хозяйствования существовала система правовых санкций и обеспечения законности по защите государственности. В переходной российской экономике зона неопределённости прав собственности расширилась, так как система защиты государственной собственности «размыта», а новая система прав частной собственности пока не разработана.

Финансовый кризис 1998 г. изменил экономическую ситуацию в России – практически начался новый этап перераспределения прав собственности. До 1999 г. не было заметного прогресса в области защиты прав акционеров. Были «дикие» формы нарушения корпоративного законодательства борьбы за контроль.

Основным конфликтом применительно к АО был конфликт между старым менеджерами, отстаивающими свои позиции, и потенциальными «захватчиками» контроля. Причины для этого: оригинальные потоки и получение прибыли экспортная ориентация, земельный участок использование недвижимости АО, стремление уничтожить конкурента и т.д.

Среди методов борьбы за АО можно отменить: траст на управление государственным пакетом акций, контроль за реестром акционеров, изменив уставного капитала АО, стратегию распыления акционерного капитала и др.

Для современного процесса перераспределения прав собственности характерны две тенденции: укрепление менеджеров (как акционеров или же субъектов, реально контролирующих предприятие) и растущее «вторжение» аутсайдеров. При этом наблюдается концентрации собственности по категориям: инсайдеры (внутренние акционеры) – менеджеры и крупные акционеры; аутсайдеры (внешние акционеры) – мелкие акционеры, с которыми могут не считаться менеджеры и крупные акционеры.

Особенность российской ситуации состоит в том, что мониторинг крупных сделок (соответственно крупного участия в акционерном капитале) с довольно низкой эффективностью осуществляется только в целях антимонопольного регулирования. Такой же мониторинг («прозрачность» участия) важен для предотвращения инсайдерских сделок в ущерб внешним или мелким акционерам, которые не получают доступа (в отличие от менеджеров и крупных акционеров) к не раскрываемой публично информации об АО. Продолжается сокращение доли внутренних акционеров и рост доли внешних и псевдовнешних акционеров в капитале АО.

Структура владения акциями в крупнейших российских АО характерна высокой долей участия ФПГ и холдингов, включая государственные.

Несмотря на постепенную концентрацию владения акциями и рост доли внешних акционеров в капитале АО, роль этих акционеров в управлении или пока неадекватно их возрастающей доле в капитале АО, но по мере увеличения доли аутсайдеров в капитале АО их возможности будут возрастать.

Е.В. Шишкин, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ РЫНКАХ**

Предприятия машиностроительного профиля играют важную роль в формировании территориальных рынков, прежде всего, наукоемкой высокотехнологичной продукции. От их стратегии в значительной мере зависит развитие и состояние территориальной экономики соответствующего региона. В свою очередь, если систематические маркетинговые исследования предприятием не проводятся, это лишает его

предприятием не проводятся, это лишает его возможности осуществлять ориентированную на рынок модернизацию продукции и организации деятельности и создает комплекс стратегических угроз. Для их выявления и предотвращения необходимо создание на предприятии специализированного подразделения, штат которого должен быть укомплектован специалистами в области маркетинга. Маркетинговая программа должна быть увязана с разработкой стратегии развития предприятия.

Если комплекс мероприятий по стимулированию сбыта недостаточен, это подрывает рыночные позиции предприятия и является одной из причин низкого платежеспособного спроса рынка на его продукцию. Поэтому необходима разработка стратегической концепции стимулирования сбыта, включающей краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные мероприятия. На основе результатов маркетинговых исследований должны быть определены перспективные направления и формы работы с целевыми аудиториями (различные виды рекламы, *PR*-мероприятия). Для предприятий военно-промышленного комплекса особого внимания заслуживает выход непосредственно на конечного потребителя гражданской продукции – сельские хозяйства, транспортные организации, предприятия строительного, транспортного, нефтяного комплекса в крупных и средних городах. В докладе рассматриваются примеры стратегии конкретных предприятий.

С. В. Штебнер, Т.Ю. Лылова, ВлГУ, г. Владимир, Россия

## **К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ АСПЕКТАХ ПРЕДПОСЫЛОК БАНКРОТСТВА**

Современная российская экономика накануне ее реформирования именовалась экономикой развитого социализма. Она формировалась многие десятилетия и обрела ряд специфических характеристик, отличающих ее от рыночной экономики.

1. Российская экономика после 30-х годов в основном была выстроена на основе централизованных планов из расчета единых и достаточно низких энергетических и транспортных тарифов, в то время как при рыночной экономике предприятия создаются и находят свое место как продукт инициативы предпринимателей, заинтересованных в доходах от открывающихся рынков.

2. В одни предприятия вкладывалось избыточно много средств, а другие из-за недостатка вложений едва развивались. В результате накопилась достаточно высокая доля откровенно устаревших предприятий – малопроизводительных шахт, чугунолитейных заводов. Многие из них являются градо- и поселкообразующими, однако в условиях рынка они оказались лишними.

3. Многие заводы строились как универсальные производства для выпуска мелкосерийных и единичных изделий, где практически не было конвейеров или производственных потоков. Такие заводы-конгломераты являются, по сути, хорошо оснащенными мастерскими, не способными производить прибыль, в условиях рынка они оказались неконкурентоспособными.

4. Социалистическая экономика образовала такие формы предприятий, которые нигде в мире не существовали, например, колхозы и совхозы, они заняли целые хозяйственные ниши. Очевидно, что колхозы и совхозы в своей массе, за исключением особо преуспевших хозяйств, неконкурентоспособны в условиях свободы импорта продуктов.

5. Социалистическая экономика всегда отличалась высоким уровнем милитаризации, большим количеством оборонных и работающих на оборонные нужды предприятий, где производство гражданской продукции (товаров народного потребления) составляло очень небольшой удельный вес. Снижение государственного оборонного заказа поставило такие предприятия в очень сложное положение.

6. Социалистическая экономика развивалась на пространстве всего социалистического лагеря, не считаясь с его условными государственными и экономическими границами. Закладывались и реализовывались схемы межгосударственной кооперации, когда изделие или узел машины производились в одной стране, а сборка – в другой. Сегодня, в результате процесса обособления стран СЭВ и бывших республик СССР, многие российские предприятия потеряли десятилетиями складывающиеся хозяйственные связи, что не могло быть немедленно восполнено из российских источников.

7. Социалистическая административно-плановая экономика выработала специфическую экономическую среду и менталитет. В 1930-1950 гг. не существовало понятие прибыли, доходы предприятий изымались в полном объеме еще в момент отгрузки продукции. Затем на верхнем уровне управления народным хозяйством эти доходы складывались и перераспределялись, частично возвращаясь на предприятия, но не как заработанное, а как полученное. Предприятия получали капитальные вложения, то есть фактически были поставлены в условия жесткой сметы расходов, которая никогда не увязывалась с реальной прибыльностью предприятия. Соответственно развился менталитет, ориентированный:

- исполнять планы и сметы, но не обученный навыкам управления финансами;
- при любом удобном случае просить помощи у государства;

- тратить полученное на то, что раньше особо не допускалось или сдерживалось (на инвестиции, стильную мебель, загранкомандировки и т.п.).

Вся эта совокупность специфических характеристик определила особую предрасположенность многих российских предприятий к кризису и предбанкротным явлениям в условиях реформирования экономики.



## **Решение**

### **международной научной конференции «Проблемы развития территориальных социально-экономических подсистем»**

Заслушав и обсудив доклады и сообщения о месте и роли территориальных социально-экономических подсистем в общественно-политической и финансово-хозяйственной деятельности населения, об оценках и перспективах повышения экономической эффективности общественного производства на всех уровнях управления, *конференция отмечает:*

1. Экономика регионов, будучи производной от проводимой федеральным центром политики в сфере производства и потребления, занятости и инвестирования, политики цен и кредитования, социальной политики и защиты отечественного предпринимательства, воспроизводит соответствующие отношения на местном уровне.

2. Эффективность функционирования властных структур на законодательном и исполнительном уровнях все в большей степени зависит от наличия в регионе разработанных целевых программ социально-экономического характера и, в особенности от степени их детализации.

3. Научная общественность регионов способна и готова выполнить соответствующий объем работы по разработке первоочередных территориальных социально-экономических подсистем, направленных на повышение эффективности общественного производства в регионах и установления в них цивилизованных рыночных отношений.

В целях дальнейшего развития и повышения эффективности использования потенциала территориальных социально-экономических подсистем в интересах развития регионов и отдельных территорий *конференция предлагает:*

1. Законодательным собраниям субъектов федерации и Советам народных депутатов муниципальных образований при разработке проектов законодательных актов учитывать результаты выполненных научных исследований, шире привлекать научную общественность для изучения общественного мнения и проведения конкретных исследований финансово-экономического и социологического характера.

2. Административным органам, ответственным за развитие экономики на региональном и местном уровнях, смелее привлекать местный научный потенциал (в частности, научную общественность г. Владимира и Владимирской области) для разработки целевых программ, отказываясь при этом от традиционного использования в указанных целях иностранных специалистов или специалистов г. Москвы.

3. В целях консолидации интересов научной общественности, направленной на дальнейшее развитие экономической теории и региональ-

ной экономики в условиях глобализации, всем заинтересованным структурам инициировать издание специализированного регионального экономического журнала.

4. Ректоратам высших учебных заведений обратить внимание на недопустимую тенденцию к сокращению количества часов, отводимых в учебных планах по техническим и гуманитарным специальностям на изучение экономической теории.

*Сопредседатель оргкомитета  
конференции д-р экон. наук, профессор,  
зав. кафедрой экономики городского  
хозяйства ВлГУ*

*Ю.Н. Лапыгин*

*Зам. председателя оргкомитета  
конференции к.э.н., доцент  
кафедры менеджмента ВлГУ*

*Е.П. Ломов*

Научное издание

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ  
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
ПОДСИСТЕМ**

Материалы международной научной  
конференции  
25 – 26 февраля 2003 г.  
г. Владимир

В двух томах

Том II

Ответственный за выпуск Е.П. Ломов

Рукопись печатается в авторской редакции

Дизайн и верстка Е.Е. Ломов

ЛР № 020275. Подписано в печать 08.04.03.

Формат 60x84/16. Бумага для множит. техники. Гарнитура Times.  
Печать офсетная. Усл. печ. л. 10,46. Уч.-изд. л. 11,22. Тираж 100 экз.

Заказ

Редакционно-издательский комплекс  
Владимирского государственного университета  
600000, Владимир, ул. Горького, 87.

