АНАЛИЗ ЭКОНОМИКИ

АНАЛИЗ ЭКОНОМИКИ

Страна, рынок, фирма

Под редакцией профессора В.Е. Рыбалкина

Рекомендовано Министерством общего и профессионального образования Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям

МОСКВА
«МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ»
1999

УДК 330 (075.8)
ББК 65.01.Я73
Р93

Федеральная программа
книгоиздания России

Анализ экономики. Страна, рынок, фирма. Под ред. проф. В.Е. Рыбалкина.
Р93 Учебник. — М.: Междунар. отношения, 1999. — 304 с.

ISBN 5-7133-0968-1

Учебник посвящен вопросам экономического анализа и показателей деятельности на основных уровнях хозяйства: в масштабах национальной и региональной экономики, на товарных, денежных и валютных рынках, а также на микроуровне отдельных фирм, предприятий. Авторы поставили задачу помочь усвоению методов экономического анализа, интерпретации основных показателей хозяйственной ситуации, оценке результатов и выработке практических рекомендаций. При подготовке учебника учтен опыт преподавания соответствующих курсов в Дипломатической академии, Всероссийской академии внешней торговли и Высшей коммерческой школе.

Для студентов вузов, слушателей системы повышения квалификации, работников министерств и ведомств, оранов регионального и местного управления и всех интересующихся экономикой.

NAMANGAN DAVLAT
UNIVERSITETI
Ahborot-resurs markazi

УДК 330 (075.8)
ББК 65.01.Я73

© В.Е. Рыбалкин, 1999
© Подготовка к изданию и оформление изд-ва «Международные отношения», 1999

ISBN 5-7133-0968-1

Оглавление

О вашем учебнике 5

Введение 7

Раздел I. Основы и направления анализа национальной и региональной экономики 9

Глава 1. Методы анализа и система статистических показателей экономики 10

Глава 2. Макроэкономические показатели, их взаимосвязь и значение для оценки общехозяйственной ситуации 14

Глава 3. Анализ промышленного и сельскохозяйственного производства 21

Глава 4. Анализ сферы услуг. Особенности показателей и оценок 33

Глава 5. Финансовая и бюджетная система. Индикаторы состояния и функционирования 42

Глава 6. Анализ внешнеэкономического положения страны и состояния внешнеэкономических связей 65

Глава 7. Социально-экономические индикаторы уровня жизни населения. Параметры оценок и выводов 77

Глава 8. Направления и особенности экономического анализа экологической среды 85

Глава 9. Труд, занятость, миграция: показатели, динамика, оценки 99

Раздел II. Задачи и основные методы анализа рыночной ситуации 113

Глава 10. Общая характеристика и составляющие экономической конъюнктуры товарного рынка 115

Глава 11. Система индикаторов, характеризующих конъюнктуру товарного рынка. Товарный анализ 131

Глава 12. Система индикаторов, характеризующих конъюнктуру товарного рынка. Фирменный анализ 141

Глава 13. Особенности анализа конъюнктуры рынков некоторых товаров и услуг 149

Глава 14. Анализ валютного рынка 160

Глава 15. Анализ рынка ценных бумаг 181

Раздел III. Анализ хода и результатов деятельности предприятия, фирмы 203

Глава 16. Сущность и методы экономического анализа на микроуровне 205

Глава 17. Основные факторы, критерии и показатели деятельности предприятия. Система их аналитической оценки 213

Глава 18. Бизнес-план и оценка результатов его реализации 225

Глава 19. Анализ ресурсного обеспечения фирмы 234

Глава 20. Рыночная среда и факторы деятельности фирмы. Направления анализа и критерии оценок 242

Глава 21. Анализ затрат и финансовых результатов 251

Глава 22. Финансовая отчетность. Анализ и интерпретация основных показателей 259

Глава 23. Использование результатов экономического анализа для разработки стратегии и тактики деятельности коммерческого предприятия 269

Глава 24. Экономический анализ в системе маркетинга фирмы 276

Послесловие 279

Приложения 281

Приложение 1 281

Приложение 2 287

Приложение 3 290

Приложение 4 292

Приложение 5 297

1422

О вашем учебнике

Учебник по анализу национальной и региональной экономики, рынка, хода и результатов хозяйственной деятельности фирмы издается у нас впервые. Авторы исходят из того, что эти вопросы тесно связаны и предполагают единые подходы, близкие методы изучения. В то же время в соответствии с принципами маркетинга наиболее правильно последовательное рассмотрение в его рамках общеэкономического (макроэкономического) положения страны, ситуации на рынке и непосредственно деятельности предприятия. Какие материалы, показатели, данные статистики и отчетности и как используются в ходе анализа? Какие выводы могут быть сделаны и как их применить при оценке тенденций, выработке прогнозов? На это должны быть даны ясные ответы. Именно такую задачу мы ставим перед собой, надеясь на понимание со стороны читателя, его активную работу по неформальному усвоению рассматриваемых в учебнике вопросов. Этому должны способствовать избранная структура книги, схема построения, порядок и стиль изложения. Три раздела — «Основы и направления анализа национальной и региональной экономики», «Задачи и основные методы анализа рыночной ситуации» и «Анализ хода и результатов деятельности предприятия, фирмы» — объединяют по несколько глав, посвященных отдельным направлениям анализа. Им предшествует предисловие. После названия каждой главы вы найдете перечень основных излагаемых в ней вопросов и непосредственно текст, за которым следуют краткое резюме, два—четыре важнейших понятия, вопросы для самопроверки, деловые казусы. В конце каждого раздела — список литературы. Учебник открывается кратким Введением, где определены содержание и цели курса, его место среди других экономических дисциплин, и завершается Послесловием. Принципиальная особенность этого учебника — комплексный подход к экономическо-

му анализу, охват всех уровней экономики: страна, рынок, фирма. Это наиболее соответствует требованиям государственного образовательного стандарта по экономическим наукам. До сих пор курс анализа разбивался на анализ хозяйственной деятельности предприятия, «встраивался» в маркетинг или в общеэкономическую теорию. Новый подход объясняет трудности, которые испытали авторы учебника, возможные недостатки и упущения. Поэтому замечания и предложения по изданию учебника будут с признательностью приняты и учтены в дальнейшей работе.

Авторы учебника:

д-р экон. наук, профессор **В.Е. Рыбалкин** — руководитель авторского коллектива, вступительная статья «О вашем учебнике», Введение, предисловия к разделам, гл. 1, 2, 21 (совместно с канд. экон. наук **Г. Фишером**), 22 и Заключение;
канд. экон. наук, доцент **В.М. Грибанич** — гл. 5, 14 и 15;
канд. экон. наук, профессор **Л.В. Балдин** — гл. 7;
канд. экон. наук, доцент **А.В. Дрыночкин** — гл. 3, 4, 7 и 11;
канд. тех. наук **М.Е. Казачкова** — гл. 8;
канд. экон. наук, доцент **В.М. Кутовой** — гл. 6, 9, 10, 16 и 17;
канд. экон. наук, профессор **В.А. Соловьев** — гл. 18, 19, 23 и 24;
д-р экон. наук **Ю.А. Щербанин** — гл. 12, 13 и 20.

Редакционная коллегия:

В.Е. Рыбалкин (председатель), **В.М. Грибанич**, **В.М. Кутовой**, **В.А. Соловьев**, **Д.Л. Шлюгер** (ответственный секретарь).

Введение

Задачей анализа экономики является определение ее состояния за прошедший период или в настоящее время с целью выработки прогнозов дальнейшего развития, обоснованных решений и мер по устранению нежелательных условий и факторов, преодолению неблагоприятных процессов и последствий. Это касается всех уровней: предприятия, фирмы; положения на рынке, экономики региона и национального хозяйства в целом. Для рыночной экономики такой подход наиболее обоснован и необходим: деятельность любого предпринимателя, частной, корпоративной фирмы, государственного предприятия, региональных и центральных институтов и органов управления может быть успешной при условии серьезного изучения и оценки экономической среды. Анализ экономики, понимаемый таким образом, предполагает использование набора различных методов и средств, основывается на определенных теоретических принципах и методологических подходах. Основные из них применимы на всех рассматриваемых в настоящем учебнике уровнях: страна (регион) — рынок — фирма. Мы избрали именно такую последовательность изложения, что позволяет лучше увязать оценку деятельности на микроуровне с функционированием рыночных структур и инструментов, макроэкономическими (для региональной и национальной экономики) результатами, тем более что это вытекает из системы национальных счетов (СНС), предполагающей однородность и сквозное применение основных статистических показателей экономики и отдельных ее частей, секторов и предприятий. Смысл нашего предмета, а значит, и учебника заключается в том, чтобы четко обозначить объект анализа, его конкретные цели, направления и последовательность для каждого из уровней, показать содержание и объем требующейся для этого информации. Сегодня решение такой

задачи намного упрощается с помощью компьютера, благодаря возможностям оперативного получения многих экономических данных и материалов через «Интернет» и соответствующей их обработке. Остается лишь ознакомиться с тем, что необходимо и что достаточно для полноценного экономического анализа. Безусловно, анализ на каждом из рассматриваемых в учебнике уровней имеет и свои особенности. Вот почему соответствующие разделы учебника начинаются с предисловия, где обозначены особенности конкретной сферы экономики. Лучше усвоить вопросы анализа экономики позволят пособия по маркетингу, экономической статистике, другим близким дисциплинам.

Раздел I

Основы и направления анализа национальной и региональной экономики

Национальная (региональная) экономика представляет собой сложную совокупность взаимосвязанных сфер, отраслей и секторов народного хозяйства. Важнейшими ее характеристиками являются объемы производства и потребления товаров и услуг, темпы развития и структура экономики в целом, отдельных секторов и отраслей хозяйства, регионов (территорий). Это, в свою очередь, зависит от имеющихся ресурсов, использования основных факторов производства, таких как труд, капитал, земля и ее богатства, предпринимательские и интеллектуальные способности, информация. Существенная и более или менее простая задача — поскольку здесь методы изучения и система оценок достаточно отработаны — анализ макроэкономических показателей производства товаров и услуг, что в национальном счетоводстве отражается в ряде обобщающих экономико-статистических показателей. Среди них прежде всего стоимостные объемы валового внутреннего (ВВП) и валового национального продукта (ВНП) за соответствующий период, а также продукции основных отраслей материального производства (промышленности и сельского хозяйства, строительства, транспорта), показатели сферы услуг, финансово-кредитной, бюджетной и денежной системы, экологической ситуации, внешнеэкономической деятельности и в итоге социально-экономического положения, уровня жизни населения. Анализ должен быть компактным, с четкими оценками и выводами, при необходимости подтверждаться цифровыми данными, таблицами и графиками.

Глава 1

Методы анализа и система статистических показателей экономики

1. *Методы анализа. Экономические группировки и сопоставления*
2. *Статистические показатели динамики и структуры*
3. *Главные экономические показатели хозяйственного положения и развития*

Методы анализа. Экономические группировки и сопоставления

Как известно, одним из основных методов экономического анализа является группировка хозяйственных явлений по определенным признакам (степень охвата, однородность содержания, абсолютные и относительные объемы, качественное значение и т.п.). С этой точки зрения могут быть выделены группировки общеэкономического характера (ВВП, ВНП, национальный доход — НД, потребление товаров и услуг населением, инвестиции, трансферты и т.д.) или на уровне отдельных сфер, секторов, отраслей экономики (объемы производства и продаж промышленной и сельскохозяйственной продукции и конкретных ее групп и видов в натуральном и стоимостном выражении, доля тех или иных отраслей и подотраслей в общем объеме выпуска и реализации и пр.). Важное место в анализе отводится экономическим сопоставлениям данных во времени, в страновом, региональном и территориальном разрезе. Это позволяет выявить устойчивые тенденции в динамике, воздействующие и на сдвиги в структуре. Широко применяется ныне метод статистического анализа, предусматривающий распространение динамики, сложившейся за предшествующие периоды, на текущее время и на перспективу — экстраполяция. Это дает возможность простейшим способом обозначить тенденцию изменений хозяйственных явлений и процессов во времени, вывести их тренд. Особый способ анализа экономики — экспертные оценки на основе привлечения высококвалифицированных независимых специалистов и организаций, что обеспечивает вариантный подход. В рамках анализа необходимы выявление и количественное определение

корреляционных связей и зависимостей между статистическими показателями и экономическими данными. Простейший пример — параметры взаимосвязи между ростом производительности труда и повышением заработной платы. Существенно возросли значение и результативность экономико-математического моделирования и компьютерной обработки статистико-экономических показателей. Тем самым обеспечиваются оперативность и актуальность аналитических работ.

Статистические показатели динамики и структуры

Экономика любых стран (регионов), рынка, фирмы на сегодня довольно динамична: объемы производства и продажи товаров и услуг, деловой активности, инвестиций, другие показатели хозяйственной деятельности изменяются достаточно быстро. Для оценки таких изменений в статистике используются индексы, то есть относительные индикаторы, где какая-то величина принимается за базу (знаменатель дроби), а другая относится к этой базе (числитель дроби). Индекс показывает степень роста, если с базой сравнивается весь объем (101, 102, 103% и т.п.), или прироста, если с базой сопоставляется его увеличение (1, 2, 3% и т.д.). Индексы применяются для оценки движения практически всех экономических параметров, помимо названных выше, на разных уровнях анализа: цены, зарплата и доходы, товарооборот и налоговые поступления, расходы и многие другие. Индексный метод позволяет выявить тенденции развития, служит основой экстраполяции. Не менее важно изучение на всех уровнях и, конечно, в национальных (региональных) масштабах показателей структуры, то есть доли отдельных товаров и их групп; отраслей, подотраслей, секторов и территорий в производстве и продажах, внешнеторговом обороте, экспорте и импорте или определенных инвестиций — в общей их сумме и т.д. Простейшие и очень наглядные примеры — доля природных энергоносителей в экспорте страны, военного производства во всем его объеме. Эти и подобные статистические показатели структуры экономики очень многое говорят о ее возможностях и проблемах.

Понятно, что показатели динамики и структуры очень тесно взаимосвязаны: ускоренный рост какой-то составляющей обусловливает повышение ее доли в экономике, и наоборот. Экстраполяция статистических данных динамики и структуры за представительный период обеспечивает аргументированность анализа и позволяет с достаточной точностью определить важнейшие тенденции (тренды) на перспективу. В существенной мере на этой основе разрабатываются и экспертные оценки специалистов, дополняющие и уточняющие данные экстраполяции. Наконец, в рамках анализа важно вычленить корреляционные связи хозяйственных явлений и показателей (к примеру, лаговую зависимость между инвестициями настоящего времени и экономическим ростом в дальнейшем и ряд других подобных). Сопоставление вытекающих количественных оценок с фактическими результатами также делает возможными различные выводы. Использование в ходе анализа компьютерной техники, обработка и систематизация большого массива данных усиливают достоверность оценок, выводов и прогнозов, значительно повышают их оперативность.

Главные экономические показатели хозяйственного положения и развития

Задачи анализа экономики страны, его оперативный, компактный и целевой характер предполагают прежде всего изучение определенного круга статистических показателей и материалов, в необходимой и достаточной мере характеризующих ситуацию и позволяющих сделать достоверные, аргументированные оценки и выводы. Их обычно называют главными экономическими показателями (main economic indicators). К их числу относятся следующие:

— объемы и индексы объемов ВВП страны (региона) в национальной валюте по текущим ценам;
— состав ВВП по основным расходам;
— объемы ВВП и индексы объемов ВВП в ценах определенного года;
— размер и динамика реального ВВП;
— агрегатные ведущие показатели основных отраслей и секторов экономики, в частности объемы и индексы промышленного производства или продаж продукции обрабатывающей промышленности;
— стандартные показатели уровня безработицы;
— процентные краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные банковские ставки;
— денежные агрегаты (M1, M2, M3), характеризующие денежную массу в обращении, их динамика;
— строительство;
— внутренняя торговля (объемы и цены, в частности розничные);
— зарплата и доходы;
— курс национальной валюты;
— внешняя торговля и платежный баланс (объемы и динамика экспорта и импорта, сальдо внешнеторгового и платежного балансов).

Совокупность перечисленных показателей дает возможность с достаточной достоверностью и точностью оценить состояние экономики страны, сделать обоснованный прогноз ее развития. Естественно, более последовательный и глубокий анализ требует изучения ситуации в основных секторах экономики: для экономически развитых стран это прежде всего промышленность, производство товаров и сфера услуг; для развивающихся государств — и сельское хозяйство. Особая задача — анализ финансовой и денежно-кредитной сферы. Но применение единой системы главных экономических показателей позволяет сделать это единообразно, обеспечивая сопоставимость данных, возможность сравнительных оценок во времени и по разным странам. В Приложениях приводится таблица с главными экономическими показателями Франции за 1985–1996 годы (см. Приложение 1, табл. 1).

Резюме

Анализ экономики страны (региона), равно как и изучение других хозяйственных процессов, предполагает использование ряда методов,

среди которых следует выделить: экономические группировки, экстраполяцию, экспертные оценки, корреляцию, экономико-математическое моделирование и компьютерную обработку данных. Принципиальным направлением анализа является изучение динамики (с помощью индексов) и структуры (с помощью долевых значений) по национальному хозяйству в целом, регионам, отдельным ее секторам, отраслям, объемам продаж, внутренней и внешней торговли и т.д. Это относится и к рассмотрению макроэкономических показателей, входящих в систему национального счетоводства (СНС).

Состояние и развитие экономики страны (региона) могут быть оценены и проанализированы с использованием определенного круга показателей, характеризующих как экономику в целом, так и ее важнейшие секторы и сферы. Это прежде всего упомянутые макроэкономические показатели СНС (ВВП, ВНП, НД, располагаемый НД и т.п.), а также другие важнейшие индикаторы обобщающего характера (объемы и индексы промышленного и сельскохозяйственного производства, цен, внутренней и внешней торговли, занятости, зарплата и доходы, курсы акций и валюты), которые называют главными экономическими показателями.

Основные понятия

Методы экономического анализа — совокупность приемов и способов изучения экономических явлений и процессов, в том числе на макроэкономическом уровне.

Макроэкономические показатели — экономико-статистические показатели, характеризующие состояние и развитие национального хозяйства, экономики региона.

Вопросы для самопроверки

1. *Какова основная цель анализа экономики страны (региона)?*
2. *Какие методы используются для анализа экономики и в том числе национального (регионального) хозяйства?*
3. *Назовите основные экономико-статистические показатели, характеризующие положение экономики страны (региона) в целом и важнейших ее сфер.*

Глава 2

Макроэкономические показатели, их взаимосвязь и значение для оценки общехозяйственной ситуации

1. *Система макроэкономических показателей*
2. *Состав и взаимосвязь макроэкономических показателей*
3. *Направления и методы анализа*

Система макроэкономических показателей

Правилами национального счетоводства, разработанными ООН и принятыми в большинстве стран, предусматривается использование единой системы однородных экономико-статистических показателей на макро- и микроуровне хозяйственной деятельности. Это означает их «сквозное» применение на разных уровнях (от предприятия, фирмы до региона, национальной экономики) и единообразное *методологическое* содержание и построение. На уровне страны система национальных счетов (СНС) включает следующие макроэкономические показатели: валовой внутренний продукт — ВВП (Gross Domestic Product — GDP); валовой национальный продукт — ВНП (Gross National Product — GNP); чистый национальный продукт — ЧНП (Pure National Product — PNP); национальный доход — НД (National Income — NI); располагаемый национальный доход — РНД (National Disposable Income — NDI) и, наконец, личные доходы населения — ЛД (Personal Income — PI), а также располагаемый личный доход — РЛД (Personal Disposable Income — PDI). При наличии информации по этим показателям мы с достаточной точностью можем оценить экономическое положение страны, условия и возможности осуществления процесса воспроизводства, удовлетворения потребностей населения и хозяйства, обеспеченность товарами и услугами, другими ресурсами.

Состав и взаимосвязь макроэкономических показателей

Исходный макроэкономический показатель СНС — **валовой внутренний продукт** — ВВП. Он отражает совокупную стоимость конечных товаров и услуг в текущих ценах, созданных на экономической территории страны за определенный период (год, квартал, месяц). Применяется при определении уровня и темпов экономического развития, направлений и сфер использования ресурсов, доходов и уровня жизни населения, производительности труда и др. В России ВВП официально рассчитывается и публикуется с 1991 года. Его можно рассчитать тремя методами: производственным — как сумму валового выпуска товаров и услуг всеми отраслями экономики за вычетом объема промежуточного потребления; по расходам на конечное потребление; по доходам — как сумму доходов всех институциональных единиц, совпадающую с величиной их расходов. На практике наиболее распространен второй метод, как относительно простой и обеспеченный необходимой и достаточно достоверной информацией. В этом случае ВВП состоит из:

— затрат населения на приобретение товаров и услуг;
— валовых инвестиций частных предприятий;
— государственных расходов, в том числе инвестиционных;
— изменения запасов товаров.

Представим ВВП в виде формулы:

ВВП = потребление населения + инвестиции фирм + расходы государства + изменение запасов.

ВВП исчисляется в рыночных ценах реализации товаров и услуг покупателям.

Второй макроэкономический показатель СНС, в ряде стран (США, Япония) используемый как основной, — **валовой национальный продукт** — ВНП. Он включает и внешнеэкономические результаты, то есть итоговые показатели экспорта и импорта товаров и услуг. Количественное различие между ВВП и ВНП невелико и определяется суммой внешнеторгового сальдо:

ВНП = ВВП + сальдо внешней торговли (чистый экспорт).

Для экономически развитых стран чистый экспорт составляет не более 2–2,5% к ВВП. Третий макроэкономический показатель СНС — **чистый национальный продукт** — ЧНП. Это ВНП за вычетом суммы потребленного в процессе его создания основного капитала. Последняя определятся величиной, а точнее, нормами амортизации, которые в настоящее время в большинстве стран колеблются в пределах 9–12%. Четвертым макроэкономическим показателем системы национального счетоводства является **национальный доход** — НД, представляющий собой разность между ЧНП и суммой косвенных налогов на товары и услуги. По экономическому содержанию он соответствует вновь созданной стоимости, находящейся в распоряжении населения, фирм и предприятий до распределения прибыли и без учета трансфертов. Национальный доход страны, учитывающий платежи и поступления фирм, в частности налоги на прибыли корпораций, отчисления в социальные фонды, нераспределенную прибыль, представляет собой **располагаемый национальный доход** — РНД, также являющийся макропоказателем СНС. Наконец, с добавлением чистых трансфертов получаем суммарный **личный доход** — ЛД. Исключив из него сумму подоходного налога на граждан, получим итоговый макроэкономический показатель СНС —

располагаемый личный доход — РЛД. (Данные о макроэкономических показателях по США в 1965–1996 гг. приводятся в Приложении 1, табл. 2.)

Направления и методы анализа

Анализ состояния и развития национальной экономики на основе макроэкономических показателей СНС предполагает прежде всего изучение и оценку их динамики за представительный период. Это позволит сделать вывод об экономическом росте, стагнации или спаде как в целом, так и в разрезе основных составляющих ВВП. Различия в темпах динамики последних должно вести к сдвигам в структуре экономики и изменениям ее важнейших параметров. Здесь следует особо выделить изменение расходов на личное потребление в сопоставлении с другими генеральными компонентами ВВП. В США, например, их доля увеличивается. Предмет обстоятельного аналитического исследования — национальный доход, характеризующий вновь созданную в экономике стоимость, и личный доход, определяющий благосостояние населения. Согласно данным таблицы 2 Приложения 1, в США за последние годы суммарная величина располагаемого личного дохода увеличивалась несколько быстрее, чем весь ВВП. Дальнейший анализ включает расчет душевых показателей: ВВП, ВНП, НД и личного дохода на душу населения, что позволяет сделать временные и страновые сопоставления: в США, к примеру, в 1996 году ВВП на душу населения составил несколько менее 27 тыс. долл., а в России — около 3 тыс. долл., или в 9 раз меньше! Нужны ли здесь комментарии? Но специалистам ясно, что в такой ситуации ориентация налоговой политики на приоритет налогообложения физических лиц, характерная для США, вряд ли обоснованна в России. Обязательной задачей анализа макроэкономических показателей, и прежде всего ВВП, является оценка его реальной величины, что предполагает исключение влияния фактора цен. Для этого используется специальный индекс цен по набору товаров, услуг и ресурсов ВВП — дефлятор ВВП. Так, дефлятор ВВП США (1992 г. — 100%) составил в 1995 году 107,3%, и при объеме ВВП в 7029,6 млрд. долл. в текущих ценах реальный ВВП оценивался в 6553,9 млрд. долл. Рост последнего по сравнению с 1990 годом выразился в 110,7%, тогда как в текущих ценах он достиг 126,6%. Поскольку ВВП и ВНП рассчитываются обычно по расходам (затраты на личное потребление товаров и услуг, инвестиции фирм, расходы государства, изменение запасов и чистый экспорт), важной задачей являются изучение динамики этих составляющих за несколько лет и оценка ее результирующего влияния на структуру названных показателей. Скажем, в последние пять лет в США несколько замедлился рост государственных расходов, что привело к некоторому уменьшению их доли в ВВП. В отличие от 70-х и начала 80-х годов, с середины прошлого десятилетия возникло отрицательное сальдо внешней торговли, которое, постоянно увеличиваясь, возросло в 1996 году до 185 млрд. долл. прежде всего из-за дефицита в торговле с Японией и КНР. Есть серьезный повод для более подробного анализа ситуации. Наконец, относительно более быстрый рост затрат на потребленный основной капитал обусловил увеличение их доли в ВВП (с 9 до 10,5%) за истекшие 20 лет, что может свидетельствовать об изменениях в политике амортизационных отчислений в США.

Для более обоснованной и детальной оценки положения в экономике следует изучить показатели ресурсов и их использования в разрезе всех основных счетов системы национального счетоводства соответствующей страны. Состав этих счетов приводится в Приложении 3, таблице 3.

Как известно, к ним относятся семь следующих:

— ***счет производства***, отражающий операции непосредственно по производству как на уровне секторов экономики, регионов, так и в национальном хозяйстве в целом;
— ***счет образования доходов***, также разрабатываемый на разных уровнях и отражающий первичное распределение доходов, непосредственно связанное с производством;
— ***счет распределения доходов***, показывающий распределение и перераспределение доходов на уровне экономики страны и в отношениях с другими странами;
— ***счет использования доходов***, отражающий использование располагаемого ВНП для конечного национального потребления и валового национального сбережения;
— ***счет капитальных затрат***, характеризующий процесс реального накопления основного и оборотного капитала (фондов), нематериальных и финансовых активов и источники его финансирования;
— ***счет продуктов и услуг,*** на котором представлены ресурсы продуктов и услуг в экономике и направления их использования;
— ***счет операций с остальным миром***, состоящий из субсчетов текущих и капитальных операций, которые характеризуют связи и расчеты по текущим и инвестиционным операциям с другими странами, «остальным миром».

Анализ счетов, входящих в СНС, и соответствующих макроэкономических показателей предполагает ряд основных направлений и аспектов, среди которых:

— оценка национального богатства страны, ее социально-экономического потенциала на основе результатов процесса воспроизводства за истекший год и предшествующие периоды;
— определение с помощью макроэкономических показателей СНС результатов экономической деятельности и развития национального (регионального) хозяйства; процессов распределения и перераспределения доходов, использования доходов на потребление, накопление, сбережение;
— анализ развития отдельных секторов экономики с целью оценки их вклада в общие социально-экономические результаты;
— изучение данных СНС в разрезе отраслей, производящих товары и услуги, для оценки их динамики и уровня, сдвигов в структуре;
— сравнительный анализ показателей СНС данной страны и других стран для определения их позиций в мировой экономике;
— взаимоувязанное рассмотрение показателей СНС в сочетании друг с другом и дополнительными аналитическими расчетами;
— последовательный анализ показателей всей системы счетов, исходя из их содержания и назначения. Внимание должно быть сосредоточено на исследовании динамики основных показателей счетов, результирующих сдвигов в структуре, на выявлении корреляционных связей.

Целенаправленный анализ счетов СНС — необходимая составная часть маркетинговых исследований, обеспечивающая нормальную предпринимательскую

деятельность и обоснованную экономическую политику на государственном уровне. Анализ состава ВВП, ВНП и НД позволяет оценить структуру экономики, ее результативность, выявить вклад отдельных отраслей и секторов в хозяйственное развитие. На этой основе определяется складывающийся тип развития (промышленный, аграрно-промышленный, аграрный), выявляются и квантифицируются факторы роста макроэкономических результатов и роль в нем экстенсивных и интенсивных источников. Особый ракурс анализа показателей СНС — выяснение важнейших экономических пропорций: между товарами и услугами, производством и потреблением, накоплением и потреблением, производственным и непроизводственным потреблением, между располагаемым, первичным и вторичным доходами и т.д. Одной из задач в рамках анализа СНС является оценка роли финансово-кредитного механизма в распределении и перераспределении доходов, формировании конечных доходов, аккумулировании налоговых назначений, реализации доходообразующей функции внешнеэкономической деятельности. Более детальный анализ экономического положения страны требует привлечения дополнительных показателей и проведения различных расчетов. Большинство из этих показателей содержится в упоминавшейся статистической публикации ОЭСР «Main Economic Indicators», а по России — в «Обзорах экономики России», периодически публикуемых Российско-Европейским центром экономической политики. Статистическое приложение этого обзора включает 14 таблиц, где приводятся абсолютные размеры ВВП в млрд. руб. по текущим ценам с 1989 года (1989 г. — 573; 1990 г. — 644; 1991 г. — 1400; 1992 г. — 19 000; 1993 г. — 171 510; 1994 г. — 611 004; 1995 г. — 1 659 000 и 1996 г. — 2 256 000). При этом реальный ВВП России (в % к предшествующему году) ежегодно уменьшался (1991 г. — на 5%; 1992 г. — 15; 1993 г. — 9; 1994 г. — 13; 1995 г. — 4; 1996 г. — на 6%, то есть за указанные годы падение ВВП составило около 60%). Соответствующими данными характеризуется и изменение объемов промышленного производства в стране, сократившегося за этот период более чем на $^2/_3$. Согласно показателям специальных таблиц обзора, общий индекс потребительских цен за 1991–1996 годы возрос в 5668 раз, а оптовых цен промышленности — в 12 989 раз. За это же время средняя заработная плата в экономике увеличилась лишь в 2700 с небольшим раз, достигнув в декабре 1996 года 805,4 тыс. руб. Денежная масса в обращении, характеризуемая показателем М2, возросла за указанные годы в 692 раза. Динамика среднего номинального валютного курса (руб./долл. США) выглядит следующим образом: 1991 г. — 169 руб.; 1992 г. — 415; 1993 г. — 1247; 1994 г. — 3550; 1995 г. — 4640, 1996 г. — 5570; 1997 г. — 5780 руб. (по предварительным данным). Официальный курс Центробанка РФ на 6 января 1998 г. — 5 руб. 97 коп., или 5967 руб. в старом масштабе цен.

Следует обратить внимание и на такой немаловажный вопрос, как анализ «теневой» экономики, деятельность которой не отражается в официальной статистике (труд несовершеннолетних и торговля наркотиками, игорный бизнес, проституция и порнография, нелегальное производство, сокрытие доходов, бартер и т.п.). Достоверное определение объемов «теневой» экономики практически невозможно. Ее доля в мире, по некоторым оценкам, достигает 5–10% ВВП, то есть 1,5–3 трлн. долл. Согласно этим данным, на «теневую» экономику в США приходится более 10% ВНП, во Франции и Италии — 30–40%, в аф-

риканских государствах — более 30, в России — почти 25 (по мнению автора, эта величина в 1,5–2 раза больше), а на Украине — около 50%. Последнее подчеркивает необходимость более тщательного анализа и оценки этой «сферы деятельности». Здесь, конечно, в большей мере применяются методы косвенных показателей и критериев. Для обеспечения полноты и последовательности анализа национальной экономики, сравнимости результатов и обоснованности выводов и оценок целесообразно использование единой его схемы, которая и взята за основу в данном разделе нашего учебника.

Резюме

Анализ положения национального хозяйства предполагает использование определенного набора показателей СНС, характеризующих экономику страны (региона) в целом. Эти показатели объединены понятием «система макроэкономических показателей». Сюда входят: ВВП, ВНП, ЧНП, НД, РНД, ЛД и РЛД, взаимосвязанные между собой и с достаточной полнотой отражающие итоговые результаты хозяйственного развития, и прежде всего объем ресурсов, товаров и услуг, которым располагает население страны.

В рамках анализа необходимо изучение динамики макроэкономических показателей и связанных с этим сдвигов в их структуре, а значит, и структуре экономики. Требуется выделить и количественно оценить взаимовлияния таких изменений. Для более детального исследования привлекаются дополнительные показатели макроэкономического уровня (дефлятор ВНП, индексы цен и доходов, движение процента, занятость, курс акций, внешняя торговля, валютный курс, показатели деловой активности и т.д.).

Основные понятия

Система макроэкономических показателей — определенный набор взаимосвязанных экономико-статистических показателей, достаточно полно характеризующих хозяйственное положение страны.

Динамика экономики — изменения во времени положения в национальном (региональном) хозяйстве в целом и в основных его секторах и отраслях.

Индексы — относительные статистические показатели, используемые для оценки динамики экономических и других явлений, когда какой-то параметр принимается за базу (знаменатель), а данный относится к нему (числитель).

Структура экономики — доля отдельных ее сфер, секторов, отраслей, некоторых составляющих в общих показателях экономических явлений и процессов (структура ВВП, промышленного производства, экспорта, издержек или цен и т.п.).

Вопросы для самопроверки

1. *Какие показатели развития экономики входят в систему макроэкономических?*
2. *Как взаимосвязаны и как рассчитываются основные макроэкономические показатели?*
3. *С помощью каких методов оценивается динамика экономики? Что такое индекс?*
4. *Что понимается под структурой экономики и как она определяется?*
5. *Как влияет структура экономики на экономический рост?*

Литература

1. **Кулагина Г.Д., Башкатов Б.И.** Макроэкономические показатели и система национальных счетов. Учебное пособие. — М., 1994.
2. **National Accounts. OECD.** Stat. Direct. — 1997.
3. **Main Economic Indicators. OECD.** — 1997.
4. **Обзор экономики России. 1997.** I. РЕЦЭП. — М., 1997.
5. **Россия — 1997. Экономическая конъюнктура.** — М., 1997.
6. **В. Кулаков, А. Дрыночкин.** Анализ экономического положения зарубежных стран. Учебное пособие. — М., 1998.

Глава 3

Анализ промышленного и сельскохозяйственного производства

1. *Общая характеристика и последовательность анализа состояния и развития промышленного и сельскохозяйственного производства*
2. *Индексы реального (физического) объема продукции как одни из основных показателей экономического развития*
3. *Сезонность как специфический аспект анализа производства*
4. *Анализ отраслевой структуры*
5. *Показатели международной ориентированности производства. Показатели эффективности производства*
6. *Инвестиции и государственная политика в области развития промышленного производства. Аспекты анализа*

Общая характеристика и последовательность анализа состояния и развития промышленного и сельскохозяйственного производства

Важной частью исследования экономического положения страны является анализ промышленного и сельскохозяйственного производства.

Для того чтобы получить самое общее представление о роли промышленности и сельского хозяйства в экономике страны, необходимо рассмотреть структуру ВВП. Эта задача облегчается тем, что практически во всех странах мира принято выделять следующие основные компоненты ВВП: промышленное производство, сельское хозяйство, услуги. Естественно, рассмотрение структуры ВВП в таком разрезе лучше осуществлять не с помощью моментных показате-

лей, характеризующих как бы зафиксированное положение на данный момент, а используя динамические ряды, позволяющие выявить тенденции структурных сдвигов за определенный период.

За последние десятилетия в развитых индустриальных странах сложилась примерно такая картина: на долю промышленного производства приходится от 30 до 40% ВВП, на сельское хозяйство — примерно 3–5% (хотя в некоторых странах — Испании, Греции, Италии, Канаде — он выше). Доля услуг составляет от 40 до 60%. Тенденция изменения структуры ВВП развитых стран характеризуется возрастанием доли услуг, снижением доли промышленности и относительной стабилизацией сравнительно небольшой доли сельского хозяйства. В развивающихся странах картина другая: происходит рост доли промышленного производства.

Естественно, каждая из стран мира имеет свои характерные особенности как по размерам структурных изменений, так и по их темпам. Например, изменение структуры ВВП в Российской Федерации в 1991–1997 годах свидетельствует, что Россия находится в русле основных мировых тенденций (доля услуг в ВВП превысила 50%), но темпы развития в этом направлении сигнализируют о явных перекосах и диспропорциях. Так, Соединенным Штатам, для того чтобы достичь аналогичного показателя, понадобилось 100 лет (в 1870 г. доля услуг составляла 24,1%, в 1970-м — 54,7%).

Установив долю промышленного производства и сельского хозяйства в ВВП и, следовательно, дав первую, приблизительную характеристику их роли в той или иной стране, необходимо сделать следующий шаг: рассмотреть динамику выпуска промышленной и сельскохозяйственной продукции в целом. Это позволит ответить на вопрос: а что же стоит за изменениями в структуре ВВП?

Рассмотрение индекса физического (реального) объема промышленного производства в динамике дает представление о главной тенденции: либо о росте, либо о сокращении промышленного производства в целом. При этом важно учитывать, что отдельные отрасли в стране могут развиваться весьма динамично, а другие — сталкиваться с серьезными проблемами. Учет влияния динамичных и стагнирующих отраслей на показатель индекса реального объема также может стать предметом анализа.

Реальный объем производства (в России пока пользуются термином «физический объем производства»), как и реальный объем ВВП, рассчитывается с применением определенных цен — неизменных, базисных, текущих и т.д.

Важным шагом при проведении анализа экономического положения страны является характеристика ее сельского хозяйства. Это одна из главных отраслей материального производства, являющаяся не только основным источником продовольствия, но и поставщиком сырья для ряда отраслей промышленности. В настоящее время положение в сельском хозяйстве существенно отличается от того, каким оно было в конце XIX и даже в начале XX века. Сельское хозяйство все больше становится отраслью индустриального типа, усиливается специализация, расширяются связи с промышленностью, складывается широкий агропромышленный комплекс. Это не может не учитываться в процессе анализа.

Анализ состояния сельского хозяйства требует отбора необходимых показателей, содержащихся в общей и специальной статистике, а также учета мер по регулированию производства и сбыта сельскохозяйственной продукции.

Обобщающим стоимостным показателем здесь является валовая продукция сельского хозяйства.

Валовая продукция сельского хозяйства включает в себя стоимость сырья и продуктов, полученных в результате выращивания растений и животных и их сельскохозяйственного использования.

Для полноты характеристики необходимо обратить внимание на такие показатели, как число занятых в производстве или сельском хозяйстве, их доля в общем числе занятых.

Особенностью показателей состояния аграрной сферы страны является их привязка к так называемому сельскохозяйственному году, который не совпадает с календарным годом. В растениеводстве сельскохозяйственный год начинается посевной кампанией и заканчивается уборочной (иногда уже в следующем календарном году). Это безусловно отражается на формировании затрат и выпуске продукции.

Необходимо учесть, что показатели, используемые для характеристики сельского хозяйства, существенным образом отличаются от показателей, которые мы использовали при анализе промышленного производства, поскольку для количественных оценок изменения объема производства в сельском хозяйстве широко применяются натуральные показатели: литры, тонны, штуки, головы и т.д.

Индексы реального (физического) объема продукции как одни из основных показателей экономического развития

Наиболее важными экономическими показателями, характеризующими состояние дел в промышленности, являются индексы промышленного производства. Построение индексов промышленного производства практически не отличается от методологии расчета других индексов.

В международной статистической практике *индекс реального (физического) объема* промышленного производства принято определять как индикатор складывающейся ситуации в промышленном производстве.

Индекс реального объема промышленного производства — это относительный показатель, характеризующий изменение массы произведенной продукции в сравниваемых периодах. Он базируется на использовании данных о динамике натурально-вещественных показателей производства по установленному набору товаров с последующей поэтапной агрегацией в отраслевые и общепромышленный индексы. Индекс рассчитывается, как правило, в ценах определенного года на основе учета производства представительного объема продукции. Естественно, что известное многообразие производимых товаров не позволяет полностью охватить всю номенклатуру. Поэтому в мире широко применяется практика отбора товаров — представителей важнейших видов продукции. В зависимости от специфики страны их количество может колебаться от нескольких сотен до нескольких десятков тысяч наименований. Так, в России количественный состав товаров-представителей, используемый для расчета индекса реального (физического) объема, в настоящее время насчитывает 400 с лишним продуктов промышленности, в Дании — порядка 1000. Критерием отбора товаров-представителей служит преобладание объема продукции данного вида или их совокупности в общем объеме производства данной подотрасли (обычно 50% и

более). В частности, в России для нефтеперерабатывающей промышленности в качестве товаров-представителей отобраны автомобильный бензин, дизельное топливо, топочный мазут и смазочные масла.

Схема расчета индекса следующая: на основании информации о выпуске данной продукции в натуральном выражении и ценах на нее рассчитывается индекс производства по нефтеперерабатывающей промышленности, который в совокупности с индексами по нефтедобывающей, газовой, угольной и сланцевой промышленности составит сводный индекс по топливной промышленности. Последний, в свою очередь, вкупе с аналогичными индексами по девяти остальным отраслям российской промышленности (черная и цветная металлургия, машиностроение, химическая и нефтехимическая, лесная и деревообрабатывающая промышленность, производство строительных материалов, пищевая, легкая промышленность, производство потребительских товаров) позволит рассчитать общий индекс промышленного производства в стране.

Вместе с тем показатель динамики реального объема промышленного производства не лишен недостатков, которые искажают действительно существующий уровень. Кроме того, он имеет сложности при подсчете. В российской статистике используются показатели «продукция произведенная» и «продукция отгруженная». В первом полугодии 1996 года они составили соответственно 618 и 594 трлн. руб. Эти сложности сводятся к следующему:

— сезонные колебания;
— сильное изменение показателей промышленного производства по отдельным видам от месяца к месяцу, что обусловливается разным числом рабочих дней в различные месяцы, ошибками сбора и первичной обработки информации, срывами поставок, авариями и т.п.;
— возможные резкие политические и экономические потрясения.

Эти моменты должны учитываться при выработке оценок и изучении соответствующих данных и показателей.

Анализируя положение дел в промышленности, необходимо учитывать изменения не только кратковременного характера, но и длительные.

Сезонность как специфический аспект анализа производства

При проведении анализа производства в стране необходимо учитывать то, что большое влияние на величину и динамику соответствующих показателей оказывают сезонные колебания, то есть внутригодичные повторяющиеся колебания производства продукции, носящие устойчивый характер и выражающиеся в том, что объем выпуска продукции в целом или по отдельным видам продукции периодически в определенные месяцы или периоды из года в год возрастает или снижается.

Наиболее отчетливо сезонный характер производства проявляется в аграрном секторе. Основной источник сезонности в сельском хозяйстве — изменения погодных условий по временам года (зима, весна, лето, осень). Есть и другие причины, например сезон дождей, сезон пыльных бурь и т.д.

В промышленности, безусловно, также присутствует сезонный фактор, но его воздействие несколько слабее. Преимущественно это относится к добывающим отраслям и переработке сельскохозяйственной продукции (сахароваре-

ние, плодоовощная промышленность и т.д.). Во многом это связано с температурным режимом (колебание производства электроэнергии в различные времена года) или особенностями производственного цикла в зависимости от природных факторов (заготовка древесины, добыча отдельных видов сырья и металлов и т.д.). Во многих отраслях промышленности традиционным является снижение выпуска продукции в сезон массовых отпусков.

Сезонные колебания характеризуются амплитудой и формой сезонной волны (т.е. размещением максимумов во времени). При проведении экономического анализа с помощью различных математических методов используется сглаживание сезонных колебаний, которое позволяет выделить следующие составляющие:

— трендовую составляющую (т.е. основную тенденцию изменения показателей выпуска продукции и изменения, связанные с приливами и отливами деловой активности);
— сезонную составляющую (т.е. периодические колебания, обусловленные особенностями технологий, природными и климатическими факторами и т.д.);
— случайную составляющую (т.е. беспорядочные колебания, обусловленные неординарными событиями, недостатками сбора информации, округлением исходной информации и т.д.).

Метод сглаживания данных применяется для каждого конкретного вида продукции в зависимости от характера сезонных изменений производства этого вида продукции. В частности, Госкомстат России использует пять различных подходов. Полученные в результате расчетов значения трендовых составляющих в дальнейшем используются для вычисления индексов реального (физического) объема продукции, «очищенных» от влияния сезонности.

Следует иметь в виду, что большинство показателей, характеризующих промышленное и сельскохозяйственное производство, публикуются с учетом сезонного фактора (о чем, как правило, делается соответствующая оговорка), но в некоторых случаях аналитик может столкнуться с необработанными с этой точки зрения данными.

Анализ отраслевой структуры

Дав общую характеристику промышленности и сельского хозяйства страны в целом, необходимо перейти к рассмотрению их структуры, выявлению места и роли их отдельных отраслей, тенденций структурных изменений.

Анализ структуры промышленного производства проводится в следующих направлениях:

— выявление формы собственности (частная, государственная, смешанная, кооперативная и т.д.);
— величина предприятия (малое, среднее и крупное). При этом необходимо помнить, что в разных странах критерии отнесения предприятий к этим категориям различны, а следовательно, сравнение показателей этих стран может быть не всегда корректным;
— определение отраслевой структуры. Можно рассмотреть укрупненно, то есть разделив всю промышленность на две части: первая часть — непосредственно промышленное производство; вторая — все остальное. Можно подойти

к этому более узко, рассматривая и анализируя производственные комплексы (топливно-энергетический, металлургический, машиностроительный, химико-лесной, строительный и производство товаров народного потребления). В зависимости от поставленных перед исследователем задач анализ может быть еще более углубленным. Например, черная металлургия как отрасль подразделяется на сталеплавильное, прокатное и трубопрокатное производство; машиностроение — на ряд предметных подотраслей: электротехническое, металлургическое, нефтехимическое, станкостроительное, транспортное и т.д. И в каждом производственном комплексе рассмотрено производство конкретного продукта;

— определение числа занятых в промышленном производстве в целом, по отраслям, на предприятиях различной величины и разных форм собственности.

Все показатели структуры следует рассматривать в динамике, чтобы проследить изменения во времени, выявить основные тенденции и ответить на вопросы: за счет чего растет (или сокращается) промышленное производство? Нет ли структурных перекосов?

В отраслевой структуре сельского хозяйства выделяются растениеводство, животноводство и обслуживание сельского хозяйства.

Валовая продукция растениеводства включает в себя стоимость сырых продуктов, полученных от урожая отчетного года, стоимость выращивания молодых многолетних насаждений (кроме леса) до плодоносящего возраста и изменение стоимости незавершенного производства в растениеводстве (затрат на посев озимых культур, вспашку зяби и другие работы, проводимые в отчетном году под урожай будущего года).

Валовая продукция животноводства включает в себя стоимость сырых продуктов, полученных в результате выращивания и хозяйственного использования сельскохозяйственных животных и птицы, стоимость выращивания (приплода, прироста и привеса) скота и птицы в отчетном году, стоимость продукции пчеловодства, звероводства, служебного собаководства, рыбоводства и др.

Обслуживание сельского хозяйства включает показатели технической оснащенности хозяйств (количество комбайнов, тракторов, сельскохозяйственного навесного оборудования, запасы горюче-смазочных материалов и т.п.) и их технического состояния (количество техники в состоянии ремонта, запасы запчастей, уровень готовности техники к посевной/уборочной кампании и т.п.).

Далее анализируется отраслевая структура валовой продукции растениеводства и животноводства в целом и более детально — по отдельным видам продукции. На основе проанализированных данных делается вывод о роли и месте растениеводства или животноводства в аграрной сфере той или иной страны либо о специализации страны в выращивании определенных культур (кофе, сахарный тростник, хлопок и т.п.).

При характеристике растениеводства в первую очередь анализируются площади сельскохозяйственных угодий, в том числе по различным видам (пахотные земли, естественные луга, пастбища). Составной частью анализа площади сельскохозяйственных угодий является рассмотрение площадей под основными сельскохозяйственными культурами (зерновые и зернобобовые, технические культуры, картофель, овощи и бахчевые, кормовые культуры, фрукты, травы). Далее анализу подлежат данные о валовом сборе основных сельскохозяйственных культур.

Рассмотрим пример России. Общая посевная площадь сельскохозяйственных культур под урожай 1996 года в хозяйствах всех категорий снизилась на 3% и составила 99 млн. *га*. На 2% сократилась площадь, занятая зерновыми культурами, на 5% уменьшились посевы подсолнечника и овощей. Посевы сахарной свеклы и картофеля остались практически на уровне 1995 года. В структуре общей посевной площади в 1996 году уменьшилась доля кормовых культур, увеличилась — зерновых культур и картофеля. Сбор зерновых в 1996 году составил 69,3 млн. *т*, что превышает лишь два минимальных за последние 30 лет урожая (в 1965 г. — 66,3 млн. *т* и в 1995 г. — 63,4 млн. *т*). При этом среднегодовой сбор в 1991–1995 годах составил 88 млн. *т*.

В зависимости от целей анализа могут применяться и другие показатели: структура поголовья скота по категориям хозяйств, структура реализации продукции сельского хозяйства и т.д.

При характеристике животноводства исследуются показатели поголовья скота и птицы. Обычно выделяются следующие виды сельскохозяйственных животных: крупный рогатый скот (с отдельным рассмотрением коров), свиньи, овцы, козы, лошади, верблюды, буйволы, олени. Птица учитывается по видам (утки, гуси, индейки, куры и т.д.). Поголовье скота может распределяться по хозяйственному использованию (продуктивный и рабочий скот), виду, возрасту (взрослые животные и молодняк), полу (маточное поголовье и самцы-производители), производственно-экономическому назначению, породному составу и т.д. Затем рассматривается производство основных продуктов животноводства (мяса, молока, яиц и т.д.).

Изучение структуры сельского хозяйства по типам хозяйств и формам собственности предполагает выделение сельскохозяйственных предприятий (с возможной разбивкой по формам собственности: государственная, кооперативная, акционерная, смешанная и т.п.) и подсобных хозяйств населения (дачные и приусадебные участки, огороды и т.п.). В некоторых странах выделяется и такая группа, как фермерские хозяйства.

Показатели международной ориентированности производства. Показатели эффективности производства

Анализируя промышленность той или иной страны, следует обращать внимание на такой фактор, как ориентированность производства на мировой рынок. Показателями, характеризующими такую ориентацию, являются коэффициент относительной экспортной специализации (КОЭС) и экспортная квота (ЭК).

С помощью КОЭС можно в первом приближении определить круг товаров, отраслей, которые являются отраслями международной специализации для данной страны. Чем выше (более 1) соотношение в пользу национальной структуры экспорта, тем больше международная специализация соответствующей отрасли, тем сильнее зависимость от мирового рынка.

КОЭС рассчитывается по формуле

$$К = \frac{Э_{отр.}}{Э_{мир.}},$$

где К — коэффициент относительной экспортной специализации, $Э_{отр.}$ — удельный вес товара (совокупности товаров отрасли) в экспорте страны, $Э_{мир.}$ — удельный вес товара (товаров-аналогов) в мировом экспорте.

Экспортная квота свидетельствует о том, в какой степени национальная промышленность, ее отдельные отрасли, предприятия ориентируются на внешние рынки, то есть одновременно показывают меру отстраненности последних от национального рынка. Увеличение экспортной квоты в производстве свидетельствует об интенсификации международных связей промышленности данной страны с иностранными потребителями и о повышении конкурентоспособности международно специализируемой продукции.

Существуют показатели, характеризующие зависимость от внешних рынков. Например, импортная квота — удельный вес продукции, закупаемой по импорту, в общем объеме товарных ресурсов (суммарной величины отечественной и импортной продукции).

Все эти показатели, с той или иной стороны отражающие зависимость рынка национального, в том числе и производства, от внешних факторов, следует отнести к числу показателей, характеризующих экономическую безопасность страны и непосредственно связанных с показателями промышленного производства (динамика структурных и отраслевых изменений, промышленное производство в целом).

Современная экономическая ситуация в России как нельзя лучше иллюстрирует это. Удельный вес товаров российского производства в общем объеме товарных ресурсов для розничного товарооборота составлял: в 1991 году — 86%, в 1994-м — 62%, в 1996 году — 48%. Таким образом, за относительно небольшой промежуток времени доля поступлений по импорту увеличилась с 14 до 52%[1].

Одним из важных направлений анализа сельского хозяйства страны является анализ внешнеэкономических аспектов. В первую очередь рассматриваются объемы и структура экспорта и импорта сельскохозяйственных товаров, а также определяется доля сельскохозяйственных продуктов в экспорте и импорте страны. В случае зависимости страны от импорта той или иной сельскохозяйственной культуры необходимо учитывать положение дел (сбор и движение запасов, возможные объемы экспорта тех или иных сельскохозяйственных культур) на организованных товарных рынках той или иной сельскохозяйственной культуры (например, рынок зерна).

Положение дел в сельском хозяйстве, так же как и в промышленном производстве, следует рассматривать с учетом такого важного аспекта, как национальная экономическая безопасность. Продовольственная безопасность является составной частью экономической безопасности. В международной практике принято считать, что при закупке 20% продовольствия (от производимого) страна-импортер уже теряет свою продовольственную независимость и создается угроза ее национальной безопасности. В 1996 году в России активно муссировался тот факт, что объем импорта пшеницы по сравнению с 1995 годом увеличился в 2 раза и достиг 3,1 млн. *т*. Но при сопоставлении с объемом производства пшеницы в стране оказалось, что доля импорта не превышает 4,5%.

[1] **Деловой мир**. — 1995. — 6–12 марта; **Статистическое обозрение**. — 1997. — № 1.

Конечно, важно учитывать, что погодные условия последующих лет могут внести те или иные коррективы в этот показатель. Так, неблагоприятный прогноз урожая в странах — основных поставщиках этой культуры в Россию (Украина, Казахстан, некоторые страны Восточной Европы) может означать, что России придется либо искать новых поставщиков (в случае такого же неблагоприятного прогноза и для России), либо отказаться от импорта пшеницы (в обратном случае). При этом показатель уровня продовольственной безопасности может снизиться до нуля или, как минимум, остаться на прежнем уровне. Но в любом случае необходимо будет отслеживать текущие изменения в аграрном секторе для обеспечения возможности принятия адекватных решений.

Эффективность промышленного производства характеризуют различные показатели, среди которых наиболее употребительны следующие: фондовооруженность (капиталовооруженность), фондоемкость (капиталоемкость), материалоемкость, энерговооруженность, фондоотдача, производительность труда.

Фондовооруженность — показатель, характеризующий оснащенность работников предприятий или отрасли сферы материального производства основными фондами. Определяется как отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов к средней годовой списочной численности работников или рабочих, а иногда численности рабочих в наиболее заполненной смене. К разновидностям показателя «фондовооруженность» относятся: в промышленности — показатель *технической вооруженности* труда, который характеризуется отношением стоимости производственного оборудования к численности рабочих, занятых в наиболее заполненной смене; в строительстве — показатель *механовооруженности* рабочих, который исчисляется как отношение стоимости парка строительных машин и механизмов к числу рабочих, занятых на строительно-монтажных работах.

В экономико-статистическом анализе фондовооруженность может выступать как результат взаимодействия фондоемкости и производительности труда и является произведением этих показателей.

Фондоотдача — важнейший показатель эффективности использования основных производственных фондов. Исчисляется как отношение показателя результатов производства за определенный период к средней полной стоимости основных производственных фондов за этот период.

Для правильной характеристики динамики фондоотдачи показатели результатов производства и стоимости основных производственных фондов исчисляются в сопоставимых ценах с целью отразить реальный объем произведенной продукции и фондов.

Фондоемкость — отношение средней полной стоимости основных производственных фондов за определенный период к объему произведенной продукции. Фондоемкость, величина, обратная показателю фондоотдачи, показывает, с каким объемом основных производственных фондов связано производство единицы того или иного объемного показателя, характеризующего результат производства. В данной отрасли народного хозяйства фондоемкость отражает потребность в основных производственных фондах на единицу произведенного продукта. Показатель общей фондоемкости выражается отношением всех производственных фондов (основных и оборотных) к стоимости произведенного продукта. Он учитывает потребность в основных и оборотных производственных фондах.

Предметом специального изучения являются показатели конкурентоспособности промышленной продукции, ее основных видов: единичные — по конкретным товарам, групповые — по набору параметров, интегрированные — по соотношению групповых технических и экономических параметров.

Для исследования эффективности сельскохозяйственного производства выделяются две группы показателей:

— показатели продуктивности,

— показатели обеспеченности.

К показателям продуктивности относятся урожайность (измеряется количеством центнеров, собранных с одного гектара) и продуктивность животноводства (средний надой молока на одну корову, настриг шерсти с одной овцы, яйценоскость кур, выход меда на одну пчелосемью и т.п.).

К показателям обеспеченности относятся показатель объема сельскохозяйственной продукции на душу населения (например, производство зерна на душу населения: в начале 90-х гг. на одного жителя планеты приходилось чуть более 300 *кг* зерновых; в 1996 г. на одного жителя России — 469 *кг*) и показатель движения запасов (государственные закупки сельскохозяйственной продукции).

Анализируя производство зерновых в стране, следует учитывать изменения их структуры. Так, в России в 1996 году по сравнению с 1995 годом доля пшеницы в общем объеме зерновых выросла с 47 до 50%, при этом доля ячменя (второй по значению культуры) сократилась с 25 до 23%.

Инвестиции и государственная политика в области развития промышленного производства. Аспекты анализа

Анализируя состояние производства в той или иной стране, необходимо обратить внимание на такие важные вопросы, как инвестиции и государственная политика развития промышленного и аграрного производства.

Останавливаясь на вопросе капиталовложений в промышленность и сельское хозяйство, необходимо не только охарактеризовать абсолютные показатели, но и рассмотреть их со следующих позиций:

1. Источники финансирования (инвестиционный климат, национальные инвестиции, зарубежные капиталовложения, частные или государственные).
2. Направленность инвестиций (распределение капиталовложений по отраслям, секторам экономики, регионам и т.д.).
3. Вложения в науку для поддержания технического уровня производства (принято считать, что они не должны опускаться ниже 2% от ВВП)[2].

Таким образом, для аналитических целей представляют интерес такие показатели, как динамика инвестиций, структура инвестиций, эффективность инвестиций, источники инвестиций (внутренние, внешние, государственные, частные, международные).

Инвестиции оказывают большое влияние на характер процессов воспроизводства. Объем капиталовложений, их характер определяют дальнейшее развитие хозяйства в большей степени, чем любой другой экономический фактор.

[2] Для справки: в Великобритании этот показатель составляет 2,1%, в Германии — 2,9, в США — 2,6, в России — 0,5% ВВП.

Воздействие на объемы и структуру инвестиций является одним из самых важных средств регулирования экономики.

Статистика капитальных вложений — один из важных показателей, используемых при анализе текущего положения, при оценке долгосрочных тенденций, а также при прогнозировании.

В промышленно развитых странах инвестиционная квота составляет 15–30% ВВП. Отметим, что, как считает большинство специалистов, 15-процентная квота капиталовложений — минимально достаточная квота для экономики страны, не переживающей экономического кризиса и не нуждающейся в серьезных структурных преобразованиях.

Вопрос о финансировании аграрного сектора является чрезвычайно острым. Не случайно один из самых трудно решаемых вопросов на международном уровне (ВТО, ЕС и т.д.) — это вопрос торговли сельскохозяйственными товарами и цен на них. В принципе в любой стране аграрный сектор дотируется из бюджета. Но сельское хозяйство может получать и скрытые дотации, например через механизм налоговых льгот. В частности, в России в 1996 году при доле аграрного сектора в ВВП в 6,3% его доля в общей сумме налоговых поступлений составляла всего 1,2%.

Резюме

Исследование промышленного и аграрного секторов страны позволяет получить наиболее общую характеристику ее экономики. Рассмотрение динамики производства в промышленности или сельском хозяйстве дает представление о главных тенденциях развития этих секторов. Изучение структуры промышленности или сельского хозяйства в зависимости от выбранного критерия группировки способствует выявлению места и роли отдельных отраслей или типов хозяйствования в экономике, пониманию тенденций структурных сдвигов.

После рассмотрения общего состояния производства необходимо проанализировать его эффективность и включенность в мирохозяйственные связи. Использование множества специальных показателей дает возможность всесторонне оценить величину и степень влияния на эти процессы различных факторов и наметить пути улучшения ситуации.

Отдельным вопросом анализа производства является изучение основных мероприятий государственного регулирования данной сферы экономики, включая вопросы инвестиционной политики.

Вопросы для самопроверки

1. *Сформулируйте схему исследования промышленного и сельскохозяйственного производства.*

2. *Каковы основные принципы расчета индекса реального объема производства, их особенности для промышленности и сельского хозяйства?*
3. *Как оценить уровень международной специализации и эффективность производства?*

Основные понятия

Индекс реального (физического) объема производства — относительный показатель, характеризующий изменение массы произведенной продукции в сравниваемых периодах.

Объем продукции промышленности (валовая продукция промышленности) — сумма данных об объеме промышленной продукции, работ и услуг промышленного характера, произведенных юридическими лицами, и их обособленными подразделениями независимо от формы собственности.

Объем промышленной продукции — стоимость готовых изделий, выработанных как из своего сырья и материалов, так и из сырья и материалов заказчика, полуфабрикатов своей выработки, стоимость научно-технической продукции, выпущенной промышленными предприятиями.

Продукция сельского хозяйства — обобщающий показатель объема сельскохозяйственного производства, представляющий собой суммарную стоимость продукции растениеводства и животноводства в текущих ценах отчетного года.

Сезонные колебания — внутригодичные повторяющиеся колебания производства продукции, носящие устойчивый характер и выражающиеся в том, что объем выпуска продукции в целом или по отдельным видам продукции периодически, в определенные месяцы (периоды) из года в год, возрастает или снижается.

Литература

1. **Романов А.Н.** Маркетинг. Учебник. — М., 1997.
2. **Завьялов П.С., Демидов В.Г.** Формула успеха: маркетинг. — М., 1991.

Глава 4

Анализ сферы услуг. Особенности показателей и оценок

1. *Услуги как специфический объект анализа*
2. *Классификация услуг*
3. *Схема анализа сферы услуг*
4. *Особенности показателей и оценок*

Услуги как специфический объект анализа

До относительно недавнего времени услуги практически не выделялись в самостоятельный предмет для экономического анализа. Следствием этого явилась неразработанность системы показателей, служащих для оценки состояния этой сферы человеческой деятельности. Тем более, на сегодня в развитых странах на услуги приходится свыше $^2/_3$ ВНП.

Прежде всего требует уточнения понятие «услуги», их классификация и методология анализа.

Наиболее общим моментом, встречающимся в различных определениях услуг, является представление их как товара, не имеющего материальной оболочки, то есть услуги рассматриваются как особая форма товара. Более конкретно можно сказать, что услуги — результаты деятельности (действия), удовлетворяющие определенные личные и общественные потребности, но не воплощающиеся в продуктах. Услуги представляют собой результаты труда, с помощью которого производитель по заказу потребителей изменяет физическое, экономическое, моральное и т.п. состояние последних. Производитель может также создавать какую-либо услугу для собственного потребления при условии, что такую деятельность способны осуществлять и другие. Поэтому занятие спортом и удовлетворение физиологических потребностей не включаются в состав услуг.

В соответствии с международной классификацией услуги относятся к «неторгуемым» товарам, входящим в IV–IX категории официальной классификации товаров международной торговли. Эти группы следующие:

— коммунальные услуги и строительство;
— оптовая и розничная торговля, рестораны и гостиницы, туристские базы и кемпинги;
— транспортировка (поездки), хранение и связь, финансовое посредничество;
— оборона и обязательные социальные услуги;

— образование, здравоохранение и общественные работы;
— прочие коммунальные, социальные и личные услуги.

Постоянно возрастают доля и объем информационных и консалтинговых услуг.

Следует отметить, что в последнее время при характеристике роста доли услуг в международной торговле не совсем обоснованно в перечень услуг включаются такие понятия, как «патенты и лицензии», «авторские гонорары и права», «ноу-хау» и т.п., поскольку последние представляют собой все же товар, пусть интеллектуальный, но никак не услуги.

Традиционно принято выделять группу отраслей, классифицируемых как отрасли, предоставляющие услуги. Обычно к ним относят транспорт, связь, туризм, медицинское обслуживание, страхование, образование, спорт и т.д. Эти отрасли занимаются предоставлением, хранением и распространением информации, связью, консультациями и развлечениями в самом широком смысле, что ведет к созданию общей и специализированной информации, кинофильмов, компьютерных программ, музыки и т.д. Но продукция таких отраслей часто хранится на физических носителях, таких как бумага, пленки, диски, и в таком виде она может продаваться как обычный товар. Так, например, фильм как средство удовлетворения потребности в развлечении, то есть как развлекательная услуга, может принять форму видеокассеты или выступать как материальный объект.

Отсюда вытекает ряд особенностей услуг, которые затрудняют проведение анализа. К ним относятся:

— *Сложность отделения цены на товар от цены на сопутствующие услуги.* Очень часто в стоимость товара включаются услуги по его погрузке в транспортное средство потребителя, доставке до потребителя, установке, наладке и т.д. В этом случае трудно оценить действительный объем предоставленных услуг, поскольку сведения о продаже будут учитываться статистикой торговли или производства, но не статистикой транспорта или бытовых услуг. Это, конечно, вносит определенные искажения в реальную характеристику сферы услуг. В практике различных стран, однако, эти показатели зачастую объединяют в общую статистику рынка товаров и услуг, не выделяя производство товаров и производство услуг. По такому же пути пошли и разработчики СНС.
— *Сложность процесса смены собственника.* Рыночный процесс проявляется в том, что товар, обмениваемый на деньги, должен сменить своего собственника. Но поскольку услуги, как особая форма товара, часто не существуют как отдельные экономические объекты, на них не могут распространяться права собственности. В силу этого некоторые услуги не могут быть проданы отдельно от их производства.
— *Неосязаемость услуг.* Нематериальный характер услуг делает практически невозможным установление по отношению к ним каких-либо стандартов. Попытки российского правительства в 1996–1997 годах внедрить стандарты предоставления туристических услуг не увенчались успехом по причине отсутствия действенных методов контроля за их соблюдением, тем более что туристические фирмы во многом игнорируют эти требования.
— *Постоянное изменение качества.* Необходимость весьма индивидуального подхода к потребителю серьезно затрудняет массовую автоматизацию в

сфере услуг. По этой причине главным лицом, непосредственно оказывающим услуги, выступает человек, которому свойственна эмоциональная неустойчивость. В ходе анализа данная особенность проявляется в усложнении градации одной и той же услуги по параметрам качества.

— *Невозможность хранения.* Такой показатель, как «объем запасов», широко распространенный при анализе товарного рынка, нельзя использовать при исследовании сферы услуг, поскольку статистический учет услуг возможен только в момент их предоставления. Кроме того, специфика услуг стимулирует их производителя к постоянному их оказанию. Например, несданный номер в отеле приносит владельцу гостиницы убытки, определенные финансовые потери несет заболевший парикмахер и т.д.

Классификация услуг

Вышеуказанные сложности обусловливают множество систем классификации услуг, ни одна из которых до настоящего времени не стала общепризнанной. Можно выделить некоторые из них:

1. Классификация по принципу отношения к товару:

— *Услуги материального характера,* то есть услуги, имеющие отношение к какому-либо товару. Они, в свою очередь, разделяются на услуги, связанные с арендой товаров, когда товар не принадлежит потребителю, но последний им пользуется (например, прокат, гостиницы), и услуги, оказываемые потребителю в отношении принадлежащего ему товара (например, ремонт бытовой техники, автомобилей и т.д.).

— *Нетоварные услуги,* то есть услуги, непосредственно не связанные с каким-либо товаром (например, репетиторство, юридические услуги и т.д.).

2. Классификация по критерию источника покрытия затрат на оказание услуг (наибольшее распространение эта система получила в СНС):

— *Рыночные услуги*, то есть услуги, которые являются объектом купли-продажи и издержки оказания которых целиком или в значительной мере покрываются за счет выручки от реализации этих услуг.

В свою очередь, они подразделяются на собственно рыночные услуги и услуги банков.

— *Нерыночные услуги*, то есть услуги государственных учреждений и общественных организаций, относящиеся к их текущему потреблению. Фактически это услуги, издержки которых целиком или главным образом покрываются за счет государственного бюджета, добровольных взносов или доходов от собственности.

3. Классификация по типу лиц, которым оказываются услуги:

— *Услуги, предоставляемые населению*, то есть частным лицам. Существует понятие «платные услуги населению», которое подразумевает полезные результаты производственной деятельности, удовлетворяющие за плату определенные потребности граждан, но не воплощающиеся в материально-вещественной форме.

— *Услуги, предоставляемые юридическим лицам* (например, международные перевозки, лизинг, инжиниринг, консалтинг, страхование, маркетинговые и торгово-посреднические услуги и т.д.).

Схема анализа сферы услуг заключается в следующем:

1-й этап. Рассмотрение общего объема услуг, их структуры по видам, типам организаций, предоставляющих услуги в зависимости от формы собственности, и организационно-правовых форм, по социально-экономическим группам потребителей и т.п.

Виды платных услуг населению в разных странах могут различаться. В России их перечень определяется Общероссийским классификатором услуг населению (ОКУН), в соответствии с которым выделены следующие виды:

— бытовые услуги (ремонт и пошив обуви, швейных, кожаных и других изделий, ремонт и обслуживание бытовой техники и автомобилей, изготовление мебели, услуги прачечных, фотоателье, бань, парикмахерских и т.д.);
— услуги пассажирского транспорта (включая перевозку пассажиров легковыми такси, услуги по хранению багажа);
— услуги связи;
— жилищно-коммунальные услуги (включая плату за проживание в гостиницах, общежитиях и т.д.);
— услуги учреждений культуры;
— туристско-экскурсионные услуги;
— услуги физической культуры и спорта;
— медицинские услуги;
— санаторно-оздоровительные услуги;
— ветеринарные услуги;
— услуги правового характера;
— банковские услуги;
— образовательные услуги;
— другие услуги (услуги рынков, услуги по микрофильмированию, установке охранных сигнализаций и т.д.).

Для целей анализа иногда уместно произвести укрупнение указанных групп. Например, можно объединить медицинские, санаторно-оздоровительные и ветеринарные услуги в группу услуг здравоохранения и ветеринарии.

Изучение распределения общего объема платных услуг по отдельным видам дает массу информации для размышлений. Например, в России в 1993 году структура услуг населению выглядела следующим образом (см. табл. 1).

Как видно, наибольший удельный вес занимали правовые услуги, что было обусловлено активизацией процесса создания новых предпринимательских структур, подготовкой к приватизации и другими факторами, связанными с рыночными преобразованиями. Доля бытовых услуг составляла чуть менее $^1/_4$, причем 88% из них приходилось на пошив одежды. Услуги рекреационно-развлекательного характера характеризовались наименьшим спросом, что объяснимо стремлением населения в первую очередь удовлетворять потребности в питании и жилье.

Отдельную задачу представляет собой анализ услуг, предоставляемых резидентами нерезидентам, то есть исследование международной торговли услугами. Данные по ним содержатся в платежных балансах стран. Классификация международных услуг несколько отличается от классификации внутренних услуг.

Основные виды международных услуг включают:

— Транспортные услуги (грузовые и пассажирские перевозки всеми видами транспорта, включая трубопроводный и космический; аренда транспортных

Таблица 1

Структура платных услуг населению в 1993 г.

Виды услуг	В % к итогу
Правовые	63,9
Бытовые	24,4
Пассажирского транспорта	8,7
Другие	1 5
Медицинские	1,2
Санаторно-курортные	0,2
Культуры	0,0
Физической культуры и спорта	0,0
Итого	*100*

средств вместе с командой; связанные с этим общие и вспомогательные услуги).

— Поездки (туризм). Включают услуги туристических компаний, экскурсионных бюро, гостиниц, услуги по обеспечению питания туристов, услуги, связанные с получением за рубежом образования и медицинского обслуживания, и т.д.
— Услуги связи. Включают главным образом услуги в области телекоммуникаций, почтовое обслуживание и службу курьерской связи.
— Строительные услуги (сооружение нерезидентами объектов и монтаж оборудования).
— Страховые услуги (страхование внешнеторговых грузов, жизни, здоровья, перестрахование и т.д.).
— Финансовые услуги (комиссионные и платежи за оформление аккредитивов, кредитных линий, финансового лизинга, брокерские операции и т.д.).
— Компьютерные и информационные услуги (создание, хранение и обработка баз данных, консалтинг в области вычислительной техники, услуги информационных агентств и т.д.).
— Роялти и лицензионные платежи (платежи за пользование на законных основаниях нефинансовыми активами нематериального характера и правами собственности).
— Услуги частным лицам и услуги в сфере культуры и отдыха (аудиовизуальные программы и связанные с ними услуги, услуги музеев, библиотек, архивов, спортивных учреждений и т.д.).
— Прочие деловые услуги (торговое посредничество, техобслуживание и ремонт сложнотехнических товаров, операционный лизинг, услуги в области управления, опросы общественного мнения и т.д.).

— Государственные услуги (внешнеэкономические операции посольств, консульств, военных и торговых представительств, административные, дипломатические и консульские услуги и т.д.).

Для примера рассмотрим структуру экспорта и импорта услуг России в 1996 году:

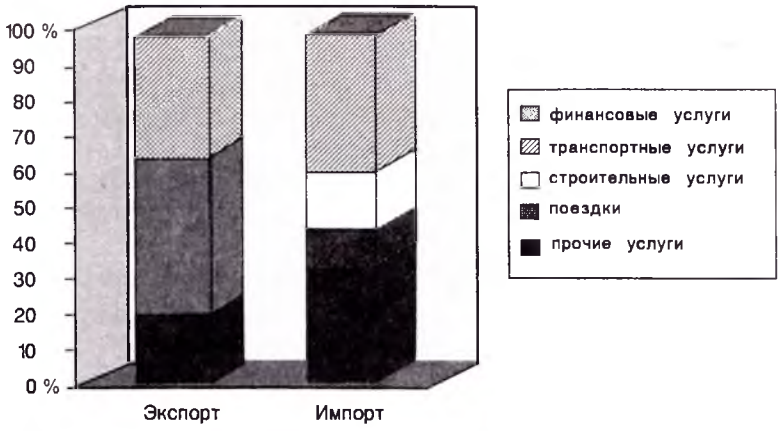


Рис. 1

Изучение диаграммы позволяет отметить, что доля россиян, пользующихся услугами зарубежных туристических компаний (49,3%), значительно превосходит долю иностранцев, покупающих услуги российской отрасли туризма (3,6%). При этом доля строительных услуг, оказываемых иностранными строителями (8%), почти в 10 раз выше показателя привлечения российских рабочих для строительства за рубежом (0,8%).

2-й этап. Анализ динамики предоставления услуг, то есть оценка изменений объемов предоставления отдельных видов услуг.

Динамика «услугооборота» отражает (с некоторыми оговорками) основные закономерности потребительского спроса на услуги и тенденции его удовлетворения. Результатами этого этапа анализа должны стать выявление и моделирование закономерностей динамического развития сферы услуг и ее прогнозирование. Здесь уместно использовать все известные методы исследования динамических процессов: построение динамических рядов, расчет его показателей (базисных и цепных темпов роста и прироста, среднегеометрических темпов, абсолютных приростов и абсолютного значения 1% прироста), построение трендовых и регрессионных моделей динамики, группировка отдельных предприятий и регионов по темпам роста оборота в этой сфере.

3-й этап. Анализ эффективности предоставления услуг и процесса удовлетворения спроса.

На этом этапе представляют интерес показатели обеспеченности потребителей предприятиями сферы услуг (как правило, он рассчитывается на 10 тыс. человек) и показатели темпов роста цен и тарифов на услуги.

В качестве примера можно рассмотреть изменения темпов роста цен и тарифов на услуги в России в период с января 1996 года по январь 1997 года. Для наглядности данные представлены в виде графика:

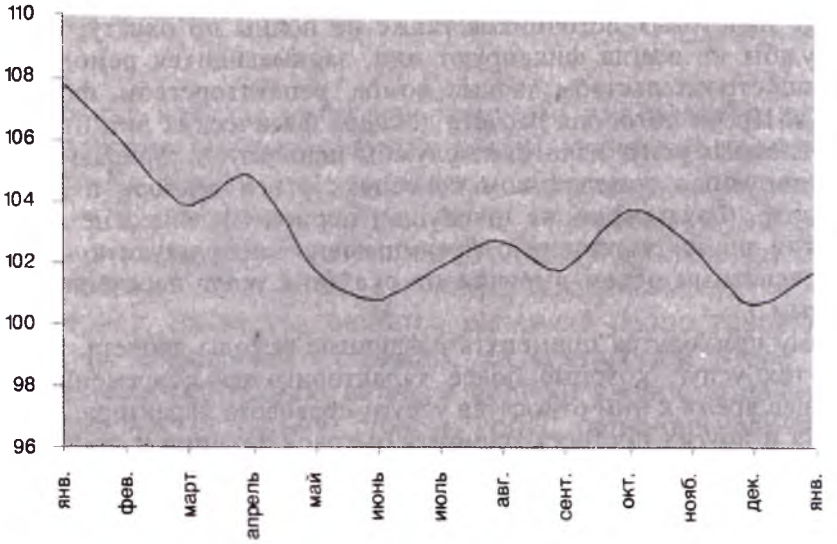


Рис. 2

Налицо тенденция к замедлению темпов роста цен и тарифов на услуги, что вызвано снижением инфляции, ростом конкуренции в этой сфере в связи с развитием рыночных отношений.

4-й этап. Региональный анализ.

Задачами регионального анализа являются оценка структуры, уровня и динамики объемов предоставления услуг в каждом отдельном регионе; выявление зависимостей и развития сферы услуг от состояния и развития экономики и социально-демографических условий региона; характеристика доли региона на рынке страны; анализ региональных различий; выявление и моделирование факторов, обусловивших эти различия, и т.д.

Естественно, что в ходе решения задач по оценке и анализу сферы услуг неизбежно возникают дополнительные задачи по выявлению и интерпретации причинно-следственных связей, характеристике факторов, которые в отдельности или в комплексе обусловили данный характер ее развития.

Особенности показателей и оценок

При исследовании сферы услуг необходимо учитывать, что довольно значительный объем платных услуг оказывают частные лица. Это ведет к недооценке официальных статистических данных, учитывающих в большей степени сведения о юридических лицах, то есть различных специализированных учреждениях, оказывающих услуги населению. В некоторых случаях информация об услугах, оказываемых физическими лицами, может быть получена по результатам выборочного обследования домашних хозяйств. Однако распространение результатов обследования на всю совокупность несколько ограничено в связи с определенными сомнениями в репрезентативности этой выборки, поскольку в нее практически не попадают семьи с высокими доходами, которые как раз и являются главными потребителями услуг, предоставляемых физическими лицами.

Данные налоговых источников также не полны по охвату, так как налоговые службы не всегда фиксируют лиц, занимающихся ремонтом квартир, автомашин, строительством дачных домов, репетиторством, фотографированием и т.д. Кроме того, для расчета доходов физических лиц от оказания населению платных услуг налоговые службы используют тарифы, сложившиеся в контролируемых государством сегментах этого сектора в предшествующем периоде. Фактически же в текущем периоде физические лица взимают с населения плату, значительно превышающую используемую при расчетах. В итоге расчетный объем выручки от оказания услуг населению получается заниженным.

Поэтому приходится применять различные методы досчета. Особенно это касается тех услуг, которые более характерны для современного периода. В настоящее время к ним относятся услуги правового характера, по строительству жилья и других построек, ремонту бытовой техники и приборов.

Например, для определения объема услуг правового характера необходима информация о числе частнопрактикующих нотариусов и юристов и об их совокупном валовом доходе. Если сведения о количестве частных нотариусов можно определить по данным органов юстиции, то число частных юристов по экспертной оценке принято считать в России в целом по соотношению 2:1. Но на региональном уровне эта пропорция может значительно меняться. Данные о доходах определяются выборочно в налоговых инспекциях.

После формирования объема платных услуг во всех каналах реализации в целях повышения достоверности этого показателя проводится серия проверок.

В обязательном порядке рассчитывается соотношение объемов услуг, оказанных физическими и юридическими лицами как в текущем, так и в соответствующем периоде прошлого года. В случае больших отклонений этих соотношений от среднероссийского уровня (примерно 30–40%) должны быть выяснены причины.

Темпы роста в сопоставимых ценах рассчитываются как по общему объему, так и по объемам услуг, оказываемых физическими и юридическими лицами в отдельности. Поскольку в настоящее время продолжается развитие частного предпринимательства в сфере услуг, темп роста объема услуг, оказываемых физическими лицами, как правило, должен превышать аналогичный показатель по объему услуг, оказываемых юридическими лицами.

Проводится проверка относительного постоянства показателя. Она предполагает сопоставление объема платных услуг за отчетный период с объемом за предыдущий период. В условиях инфляции объем за отчетный квартал, как правило, не может быть меньше объема за предыдущий.

Анализируются видовая структура платных услуг и темпы роста отдельных видов услуг в сопоставимых ценах. Резких сдвигов в видовой структуре происходить не должно.

Выясняется соотношение между объемом платных услуг и розничным товарооборотом. Как правило, значительных изменений здесь быть не может.

В связи с тем что расчеты общего объема платных услуг носят оценочный характер, проводится визуальный анализ правдоподобности, критерием которого является здравый смысл.

Резюме

Относительная новизна услуг как предмета для анализа затрудняет точное определение объекта анализа, а специфический характер услуг ставит проблемы оценки достоверности информации по этой сфере экономики. Но в отношении методологии исследования сферы услуг серьезных расхождений не наблюдается. Первоначально рассматриваются общий объем услуг и их структура в зависимости от многообразных критериев. Затем оценивается динамика предоставления услуг, в том числе по отдельным их видам. На следующем этапе анализируется эффективность предоставления услуг и удовлетворения спроса. Завершает процесс изучения сферы услуг региональный анализ.

Вопросы для самопроверки

1. *В чем заключается специфика услуг?*
2. *Какие показатели используются на каждом из этапов анализа сферы услуг?*
3. *С помощью каких методов уточняются реальные объемы услуг, предоставленных населению?*

Основные понятия

Услуги — полезные результаты производственной деятельности (действия), удовлетворяющие за плату определенные личные и общественные потребности, но не воплощающиеся в материально-вещественной форме.

Услуги международного характера — услуги, предоставляемые резидентами нерезидентам, то есть предполагающие обмен между субъектами хозяйствования, представляющими разные страны.

Объем услуг — выручка (валовой доход) производителей услуг в размере средств, поступивших непосредственно от граждан или от предприятий за оказанные им услуги.

Литература

1. **Кулагина Г.Д., Башкатов Б.И.** Макроэкономические показатели и система национальных счетов. Учебное пособие. — М., 1994.
2. **В. Кулаков, А. Дрыночкин.** Анализ экономического положения зарубежных стран. Учебное пособие. — М., 1998.
3. **Обзор экономики России. 1997.** I. — М., 1997.
4. **Киреев А.П.** Международная экономика. — Ч.1. — М., 1997.

Глава 5

Финансовая и бюджетная система. Индикаторы состояния и функционирования

1. *Основные направления анализа финансовой системы*
2. *Бюджетная система и бюджетный процесс. Направления аналитического изучения*
3. *Анализ источников бюджетного финансирования*
4. *Изучение и оценка динамики и структуры бюджетных расходов*
5. *Перспективы преодоления бюджетного кризиса в России*

Основные направления анализа финансовой системы

При анализе экономики страны мы не можем обойтись без рассмотрения финансово-бюджетной системы, к которой относится сфера формирования денежных доходов и расходов отдельных субъектов рынка, отраслей, секторов хозяйства, государства. Центральную часть всей системы финансов любой страны составляют государственные финансы. В самих государственных финансах главное место занимает госбюджет. Доходы госбюджетов формируются главным образом из налоговых платежей предпринимательства и населения.

Финансы представляют собой систему сложившихся в обществе экономических отношений по формированию и использованию централизованных и децентрализованных средств для обеспечения функционирования и развития экономики.

Централизованные средства — денежные средства государства, аккумулированные в государственной бюджетной системе и в правительственных внебюджетных фондах.

Децентрализованные средства — денежные средства предприятий и соответственно их оборот.

Финансовые отношения складываются между субъектами рыночных отношений и определяют денежные отношения, не связанные с обслуживанием личного потребления.

Роль и место финансовых отношений в экономике определяются **функциями финансов:**

— *аккумулирующая* — создание материальной основы функционирования государства;
— *регулирующая* — стимулирование деятельности субъектов финансовых отношений;
— *распределительная* — распределение и перераспределение денежных средств между субъектами финансовых отношений;
— *контрольная* — контроль за поступлением и использованием денежных средств по целевому назначению.

Финансовые отношения реализуются через финансовую политику и финансовую систему.

Финансовая политика характеризует всю совокупность государственных мероприятий, направленных на мобилизацию финансовых ресурсов, их распределение и целевое использование. Совокупность форм и методов образования, распределения и использования фондов денежных средств представляет **финансовую систему**.

Финансовая система характеризуется определенной функциональной и организационной структурой, включающей нижеследующие составляющие.

Отрасли финансовой системы. К ним относятся: денежное обращение, кредит, страхование, сберегательное дело, государственные финансы (и в первую очередь государственный бюджет), финансы предприятий и других структур.

Начинать анализ финансовой системы следует с анализа сложившейся в данной стране системы финансовых учреждений.

Финансовые учреждения, образующие в системе национальных счетов финансовый сектор, включают резидентные финансовые корпорации и квазикорпорации, занятые посредничеством и другими связанными с ним финансовыми услугами на коммерческой основе. Под *финансовым посредничеством* понимается предоставление услуг, связанных с поручением и перераспределением страховых рисков.

Классификация видов деятельности финансового сектора в системе статистики является международной и осуществляется на основе Международной стандартной отраслевой классификации всех видов экономической деятельности — МСОК (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities — ISIC).

Финансовый сектор страны охватывает следующие подсекторы:

— *Банковская деятельность.* В этом сегменте доминирующая роль отводится Центральному банку страны и его учреждениям, которые занимаются регулированием деятельности финансовых корпораций. Центральный банк является руководящим финансовым учреждением, отвечает за выпуск денег и обращение и хранит международные валютные резервы страны.

Здесь же выделяются другие банковско-кредитные учреждения: коммерческие банки и прочие финансово-кредитные организации (финансовые фонды,

лизинговые фирмы, инвестиционные фонды, занимающиеся продажей в рассрочку, обеспечением потребительского кредита и т.д.):

— *Вспомогательная финансово-посредническая деятельность.* Объединяет учреждения, занятые в основном деятельностью, тесно связанной с финансовым посредничеством, и предоставляющие услуги по негосударственному управлению финансовыми рынками. В состав подсектора входят маклерские, дилерские, брокерские фирмы по операциям с ценными бумагами, кредитные и страховые маклеры, предприятия по размещению займов, фондовые, валютные биржи и др.
— *Страховые корпорации.* Включают организации, основной функцией которых является страхование жизни и имущества от несчастных случаев, пожара, болезни, рисков и т.д., предоставляемое предприятиям различных форм собственности и организационно-правовых форм.
— *Пенсионные фонды.* Созданы для обеспечения доходов отдельным группам наемных работников после выхода на пенсию. Эти фонды являются самостоятельными организациями и не входят в состав институциональных единиц, управляющих ими; они организованы частными или государственными работодателями, либо работодателями совместно с работниками.

Однако хозяйственное устройство стран различается между собой и изменяется на отдельных стадиях своего развития, поэтому имеются объективные причины различий в устройстве финансовой системы и финансовых рынков.

Анализ финансовой системы заключается в рассмотрении структуры финансовых учреждений, проводимых ими финансовых операций, в изучении источников и направлений использования финансовых ресурсов. Система используемых показателей охватывает платежный баланс, уровень платежеспособности страны, рынок капиталов и т.д.

Самостоятельной задачей является исследование элементов финансового рынка: фондового и валютного (см. главы 14–15). Каждый из них располагает своей системой показателей, в которой отражается специфика, присущая соответствующему сектору финансового рынка.

Также следует обратить особое внимание на два важных аспекта: государственную денежно-кредитную политику и непосредственно денежное обращение. Основные показатели финансовой системы — объем денежной массы (М2) в ВВП (мировой показатель — 21%), валютные резервы, учетная ставка (ставка рефинансирования Центрального банка России на начало 1998 г. составляла 28%), инфляция (планируемая годовая инфляция на 1998 г. — 5,7%), валютный курс (в 1998 г. — 6,2 руб. за 1 долл. США) и т.п. являются важными индикаторами состояния дел в экономике страны. В России денежная масса на начало 1998 года составила 450 млрд. руб., однако доллары здесь заменяют значительную часть рублевой денежной массы. Необходимо учитывать и денежные суррогаты — облигации, векселя и т.д.

Следует рассмотреть финансовую политику в аспекте ее влияния на: экономическую конъюнктуру; занятость; налогообложение как фактор конкурентоспособности товаров, в том числе на мировом рынке (качественные характеристики налоговой системы играют огромную роль не только в решении фискальных и социальных задач, но и в стимулировании производства); перераспределительный эффект государственного бюджета и т.д.

Бюджетная система и бюджетный процесс. Направления аналитического изучения

Анализ состояния бюджетной системы предполагает ее рассмотрение в целом и по основным составляющим.

Бюджетная система — это совокупность всех бюджетов, действующих на территории страны. Частью ее является так называемый **консолидированный бюджет,** объединяющий федеральный бюджет и бюджеты регионов (субъектов федерации, штатов). Организационная структура бюджетной системы зависит от бюджетного устройства.

Бюджетное устройство представляет собой организационные принципы построения бюджетной системы, ее структуру, взаимосвязь объединяемых в ней бюджетов.

Бюджетное устройство определяется государственным устройством. В унитарных (единых) государствах бюджетная система включает два звена: государственный бюджет; многочисленные местные бюджеты. В федеративных государствах бюджетная система состоит из трех звеньев: государственный бюджет (федеральный бюджет или бюджет центрального правительства); бюджеты субъектов федерации (в России — областей, краев, республик, в США — штатов, в ФРГ — земель, в Канаде — провинций); местные бюджеты. В унитарных государствах местные бюджеты своими доходами и расходами не включаются в государственный бюджет, в федеративных государствах — не входят в бюджеты членов федерации, доходы и расходы которых, в свою очередь, не относятся к федеральному бюджету. Одной из задач в этой части является изучение взаимосвязи бюджетов, вытекающей из действующего бюджетного устройства.

Направления, методы и показатели такого анализа в значительной мере определяются принятой в стране **бюджетной классификацией,** то есть систематизированной группировкой доходов и расходов бюджета по однородным признакам.

Трактовка доходных и расходных статей государственного бюджета отражает особенности бюджетной классификации. В частности, сопоставление бюджетной классификации России 1992 и 1998 годов показывает существенные сдвиги в группировке доходных и расходных статей бюджета, ее прогресс в адаптации международных стандартов. До 1998 года Россия применяла отличные от принятых Международным валютным фонтом (МВФ) методики исчисления, например, дефицита государственного бюджета. МВФ считает расходы бюджета с учетом процентов платежей по государственным краткосрочным облигациям (ГКО). Министерство финансов их не учитывало. Оно трактовало поступления от приватизации, от продажи драгоценных металлов как доходы. А МВФ их классифицирует как финансирование дефицита.

Необходимая сфера анализа — **межбюджетные отношения.** Это система отношений между бюджетами всех уровней. Целями анализа межбюджетных отношений является исследование пропорций в распределении финансовых ресурсов между бюджетами (без или с включением внебюджетных фондов) и средствами хозяйствующих объектов, а также финансовых ресурсов домашних хозяйств, роли и значения главных источников образования и направления использования финансовых ресурсов.

Рассмотрение моделей межбюджетных отношений показывает, что не существует какой-то универсальной модели. Бюджетные системы в различных странах имеют свои особенности. На первых этапах бюджетная система характеризовалась зависимостью государственного бюджета от местных финансов. Например, правительство США до принятия конституции 1787 года не имело собственных источников доходов и покрывало свои расходы за счет взносов отдельных штатов.

С усилением центральной власти значение государственного бюджета стало возрастать. После второй мировой войны процесс централизации бюджетной системы как в федеративных, так и в унитарных государствах резко усилился, что повлекло за собой значительное увеличение объема государственного бюджета и изменение соотношения между отдельными звеньями бюджетной системы.

Усиление процесса централизации в бюджетной системе подтверждает соотношение ее звеньев по доходам. В государственный бюджет полностью направляются крупнейшие доходы или основная их часть: подоходный налог с населения, налог на прибыль корпораций, акцизы, налог на добавленную стоимость, таможенные пошлины, а также доходы от государственных займов, выпускаемых центральным правительством.

По расходам, напротив, наблюдается другая тенденция: увеличение в общей сумме бюджетных расходов удельного веса местных бюджетов, на которые правительство перекладывает значительную часть затрат на развитие экономической и социальной инфраструктуры, а также часть расходов на воспроизводство квалифицированной рабочей силы.

Доходы бюджетов членов федерации также формируются в основном за счет налогов. Члены федерации прибегают также к выпуску займов.

Доходы местных бюджетов формируются, как правило, из второстепенных, в основном поимущественных налогов. В эти бюджеты поступают также отдельные акцизы и сборы. Помимо налогов местные органы власти получают доходы от муниципальной собственности в виде ренты от домов, доходы от водоснабжения, других коммунальных услуг, а также различные административные сборы и местные налоговые лицензии.

Что касается распределения налоговых поступлений по различным уровням бюджета, то для большинства стран характерно разделение единых государственных налогов в различных пропорциях между соответствующими уровнями. По одним общегосударственным налогам в законодательном порядке устанавливаются постоянные нормы распределения (налог на прибыль, подоходный налог), по другим распределение происходит на переменной основе. Центральное правительство получает большую долю отчислений от налогов.

Так, например, в США как федеративном государстве существуют три бюджетных уровня: государственный (федеральный) бюджет, бюджеты штатов и местные бюджеты. Бюджетный федерализм в США предусматривает главенство федеральной власти в налоговой сфере. Около $^2/_3$ налогов поступает в федеральный бюджет, остальная часть примерно поровну распределяется между штатами и местными бюджетами. Налоговые поступления являются основным источником доходной части бюджетов всех трех уровней, но их характер очень различен.

Как показывают официальные данные и аналитические оценки, доходная часть федерального бюджета США в основном формируется за счет прямых

налогов, в том числе подоходного налога с населения (примерно 45% всех доходов), взносов по социальному страхованию (около 35%), налога на прибыль корпораций (приблизительно 10%). Доля косвенных налогов незначительна (акцизы — 5%, таможенная пошлина — 2%). Рассмотрение состава доходов бюджета с этих позиций имеет немаловажное значение.

В бюджетах штатов преобладают косвенные налоги, наиболее важные из которых — налог на продажи и акцизы. Источником доходов местных бюджетов являются главным образом местные налоги, особенно налог на недвижимость:

Таблица 1

Распределение налогов по их видам между бюджетами в США

Налоги	Федеральные	Штатов	Местные
Подоходный	+	+	+
На прибыль корпорации	+	+	+
На социальное страхование	+	–	–
Акцизы	+	+	+
С продаж	–	+	+
Таможенные пошлины	+	–	–
С наследств и дарений	+	+	+
Поимущественные	–	+	+
На владельцев автотранспорта	–	+	–
Экологические	–	–	+

Источник: По данным «Eurostat».

Местные бюджеты, как и бюджет центрального правительства, используются для вмешательства в процесс воспроизводства. Местные самоуправления выполняют те функции государства, которые целесообразнее осуществлять на местах, а не из центра.

При ограниченности собственных доходов рост расходов местных бюджетов вызывает их постоянный дефицит; самые крупные дефициты — у бюджетов городов. В связи с этим от 20 до 50% расходов местных бюджетов покрываются субсидиями и кредитами из государственного бюджета, что усиливает зависимость местных органов власти от центрального правительства.

Например, в Великобритании местные органы власти получают на финансирование текущих расходов значительные средства из Консолидированного фонда в форме дотаций и целевых субсидий и из Национального фонда займов — кредиты на финансирование капитальных затрат. Кредиты имеют долгосрочный характер и предоставляются из рыночного процента и в строго лимитированных размерах.

В Японии связь государственного бюджета с местными осуществляется только по линии выдачи субсидий. Кроме того, государство перепоручает местным властям часть расходов строго целевого назначения (например, строительство

портов, ликвидацию последствий стихийного бедствия, постройку электростанций и т.д.).

В США из федерального бюджета средства поступают в бюджеты штатов и местные бюджеты главным образом в виде целевых субсидий и субвенций. Одной из форм финансовых связей между центральным правительством и местными органами власти стали «блоки» и программы «разделения доходов», получившие развитие в первой половине 70-х годов. Блоки — это федеральные субсидии, предоставляемые штатам и местным органам власти с широким кругом функций для использования в определенной законом области (здравоохранение, обеспечение занятости, жилищное строительство и т. д.). Отличие блоков от субвенций состоит в том, что в пределах одной из указанных сфер получатели имеют право расходовать их самостоятельно. Программа разделения доходов подтверждает принцип распределения полномочий между центральным правительством и властями штатов в сфере финансов, основанный на главенстве федерации.

В России особенностью бюджетного федерализма является то, что этот принцип находится в стадии формирования. Сейчас лишь складываются основополагающие принципы федерализма: равенство всех субъектов Федерации в бюджетном, налоговом и финансовом отношениях, исключающее какие-либо приоритеты или дискриминацию в зависимости от статуса субъекта РФ; «особые» договорные отношения; единство бюджетно-налоговой системы и ответственность субъектов Федерации за его соблюдение.

В этих условиях особое значение имеет формирование доходов и их распределение между бюджетами разного уровня:

Таблица 2

Объемы аккумулированных финансовых ресурсов и произведенных расходов в бюджетной системе РФ за 1996 год

	Консолидированный бюджет			Федеральный бюджет			Бюджеты территорий		
	трлн. руб.	в % к доходам	в % к ВВП	трлн. руб.	в % к доходам	в % к ВВП	трлн. руб.	в % к доходам	в % к ВВП
Доходы, в том числе:	585,5	100,0	24,7	281,9	100,0	12,5	322,9	100,0	14,3
Налоговые	473,0	84,7	21,0	218,7	77,6	9,7	254,3	78,8	11,3
Неналоговые	57,2	10,2	2,5	42,2	15,0	1,9	15,0	4,6	0,6
Расходы	652,7	116,9	28,9	356,2	126,4	15,8	342,8	106,2	15,2
Дефицит	94,2	16,9	4,2	74,3	26,4	3,3	19,9	6,2	0,9

Консолидированный бюджет России по налоговым доходам утверждается между бюджетами субъектов и Федерации на паритетных началах в пропорции 50:50. Распределение доходов от наиболее собираемого налога на добавленную стоимость составляет: 75% — федеральному и 25% — региональным бюджетам, причем налог на добавленную стоимость (НДС) на импортные товары полностью поступает в федеральный бюджет:

Таблица 3

Структура доходов консолидированного бюджета РФ в 1996 году (в %)

	Федеральный бюджет	Бюджеты территорий
Доходы, в том числе:	51	49
Налог на прибыль	34	66
Подоходный налог с физических лиц	9	91
Налог на добавленную стоимость	71	29
Акцизы	85	15
Доходы от внешнеэкономической деятельности	99,9	0,1

Огромная дифференциация прослеживается по вкладам регионов в доходы федерального бюджета. Разрыв в благосостоянии отдельных регионов (судя по собираемым налогам на душу населения) достигает более чем 30-кратного размера:

Таблица 4

Группировка регионов по поступлению налоговых платежей и других доходов в бюджетную систему РФ
(январь—июль 1997 г.)

Вклад регионов в доходы федерального бюджета, в %	Количество регионов	Бюджетные доходы, в %
Менее 0,1	10	11,4
1,0	58	65,9
2,0	10	11,4
3,0	4	4,5
4,0	3	3,4
Свыше 4,1	3	3,4

Источник: По данным Госкомстата.

При существующей дифференциации между территориями бюджетный федерализм нацелен на выравнивание различий в уровнях социально-экономического развития субъектов РФ, вывод из кризиса депрессивных и отсталых регионов. С учетом зарубежной практики с 1994 года действует Федеральный фонд поддержки регионов (ФФПР), который формируется за счет отчислений от налоговых доходов федерального бюджета (без подоходного налога с физических лиц и ввозных таможенных пошлин).

Средства фонда направляются в виде трансфертов субъектам Федерации, нуждающимся в финансовой поддержке, то есть применяется система перераспределения сборов от регионов-доноров к дотационным регионам. Число регионов, получающих финансовую поддержку из федерального бюджета, в 1994 году составило 64, в 1995-м — 78, в 1997-м — 81, в 1998 году — 73. В 1998 году трансферты регионам из ФФПР определены в размере 14% от суммы налоговых доходов федерального бюджета (52 млрд. руб.) и отдельной строкой — 2 млрд. рублей на оказание финансовой помощи депрессивным регионам.

Хотя финансовые потоки, направляемые на помощь регионам, распределяются по единой методике, они мало доступны для контроля. В этих условиях выделение трансфертов нередко зависит от настойчивости губернаторов, их личных взаимоотношений с центром. Даже умение «прибедняться» часто становится предметом политического торга и регулирования.

Это положение нашло свое отражение при перечислении средств из ФФПР в 1997 году, когда объемы получаемых трансфертов колебались от 0% — 13,7% (Вологодская, Волгоградская, Пензенская области, Хабаровский край) до 105,5% — 178,1% (Мурманская область, Республика Коми, Ингушетия, Тува).

В условиях кризиса неплатежей и сокращения поступлений в бюджет субъекты Федерации вынуждены были соглашаться на различные схемы замены прямого бюджетного финансирования прямыми заимствованиями средств у коммерческих банков под гарантии Минфина. При этом суммы, предусмотренные договорами поручительства Минфина на весь период его действия, включались в состав государственного внутреннего долга, а фактические расходы по исполнению указанных поручительств «перекладывались» на самих получателей государственных средств с частичным отнесением затрат по выплатам процентов на обслуживание государственного долга.

Такие схемы кредитования не были подкреплены реальным поступлением бюджетных доходов. В итоге получатели бюджетных средств в течение 1995–1997 годов недополучили 36,3 трлн. руб., которые им предназначались и были утверждены в федеральном бюджете, а объем государственного внутреннего долга за счет государственных гарантий и поручительств в соответствии с оценками составил на 1 января 1998 г. 80 трлн. руб.

Самостоятельная, немаловажная задача в рамках изучения финансовых отношений — анализ **бюджетного процесса.** Под последним понимается регламентированный законодательством порядок составления, рассмотрения, утверждения и исполнения государственных и местных бюджетов. Трудности разработки, прохождения и утверждения бюджета отражают, как правило, экономическую ситуацию.

Составление проекта бюджета — один из наиболее важных этапов бюджетного процесса: именно здесь решаются такие вопросы, как объем бюджета, налоговая и денежно-кредитная политика на предстоящий год, основные направления использования средств и методы покрытия дефицита бюджета.

Работа по составлению проекта государственного бюджета начинается задолго до начала нового бюджетного года (в ФРГ — за 6 месяцев, в Японии — за 7, во Франции — за 14, в США — за 18, в России в последние годы — за 9–10 месяцев).

Проект бюджета разрабатывается органами исполнительной власти, как правило, министерством финансов (казначейством), а в США — специальным

органом — Административно-бюджетным управлением при президенте. Работа по составлению проекта бюджета начинается с подготовки министерством финансов (или специальным органом в США) директивных указаний руководителям министерств и ведомств с предложением представить к определенной дате расчет сметы расходов и доходов. При этом им сообщаются общие контрольные цифры возможных ассигнований. Разработанные проекты смет министерств и ведомств на основе контрольных цифр после согласования с министерством финансов закладываются в проект бюджета.

При составлении проекта бюджета ставятся задачи: активного его воздействия на повышение эффективности экономики; обеспечения согласованности финансовых и других ресурсов с экономическими и социальными программами — прогнозами правительства; установления необходимых пропорций и приоритетов в расходовании средств. Разработка бюджета увязывается в целом с экономическими программами страны с учетом общих перспектив развития. От состояния сбалансированности бюджета зависит сбалансированность экономики.

После одобрения проекта бюджета высшим исполнительным органом (кабинетом министров, а в США — президентом) проект бюджета поступает в законодательный орган — парламент, который рассматривает его в нескольких чтениях (в России — в четырех) и утверждает. Бюджет, как правило, обсуждается каждой палатой парламента (в России и Франции сначала в нижней, а затем в верхней; в США — одновременно в обеих палатах). В палатах парламента создаются специальные комитеты и комиссии (например, согласительные), которые детально анализируют представленный проект по статьям и вносят коррективы.

Важное значение при рассмотрении проекта бюджета в парламенте имеет бюджетная инициатива, то есть право членов законодательного органа вносить изменения в представленный правительством проект бюджета. В ряде развитых стран (Франция, Великобритания и др.) члены парламента лишены права вносить предложения по увеличению предусмотренных расходов или установлению новых налогов, если они не являются одновременно членами правительства. Такое правило расширяет возможности правительства воздействовать на быстро меняющуюся экономическую ситуацию в стране. Бюджетные права Конгресса США обусловливают главенствующую роль в бюджетной процедуре членам Конгресса.

Вторая стадия бюджетного процесса заканчивается утверждением бюджета законодательным органом и подписью главы государства (в России, США — президентом, в Великобритании — королевой).

После утверждения бюджета начинается третья стадия исполнения бюджета: получение утвержденных доходов, главным образом налогов, и осуществление предусмотренных бюджетных расходов в соответствии с выделенными ассигнованиями. Этот этап продолжается в течение года, называемого финансовым, или бюджетным, годом. Его временные границы в разных странах различны (в США — с 1 октября по 30 сентября, в Великобритании и Японии — с 1 апреля по 31 марта, в России и Франции — с 1 января по 31 декабря).

Важным элементом третьей стадии является кассовое исполнение бюджета: организация сбора бюджетных средств на территории страны, их хранение и выдача, а также ведение учета и отчетности. В большинстве стран существует банковская система кассового исполнения бюджета, при которой банки, глав-

ным образом центральный банк, выступают главным кассиром государства. В основе кассового исполнения бюджета лежит принцип единства кассы, суть которого в том, что все полученные бюджетные средства поступают на единый счет министерства финансов в центральном банке. С этого счета производятся все расходы государства.

После окончания финансового года начинается последний этап бюджетного процесса — составление отчета об исполнении бюджета министерством финансов и утверждение его парламентом. В России помимо официального Государственная Дума рассматривает еще два отчета об исполнении бюджета за предыдущий год — Федерального казначейства и Счетной палаты. Практика последних лет показывает, что очередной бюджет был исполнен в значительно меньшей части, чем планировалось. Если, по данным Федерального казначейства, бюджетные доходы и расходы были идентичны (сколько заработали, столько и потратили), то Счетная палата в период высокой инфляции обращала внимание на обратное: денег в государственную казну поступало больше, чем было израсходовано. Принятие для расчетов бюджета страны заниженного показателя инфляции давало возможность за счет более высоких фактических ее темпов добиться выполнения плановых налоговых поступлений и рассчитаться с бюджетными назначениями без индексации по превышению цен.

Анализ источников бюджетного финансирования

Практически анализ бюджета означает последовательное и достаточно детальное изучение, с одной стороны, объемов, структуры, источников, видов и динамики его доходов; с другой — объемов, структуры, сфер и объектов, форм и динамики его расходов.

Доходная часть бюджета формируется за счет налогов и других видов обязательных платежей и поступлений.

Налоги представляют собой часть национального дохода, поступающую в звенья бюджетной системы. Это обязательные платежи юридических и физических лиц государству в заранее установленных размерах и в определенные сроки.

Основные **функции налогов**:

— *фискальная* — сбор денежных средств для создания государственных денежных фондов и материальных условий для функционирования государства;
— *социальная* — поддержание социального равновесия путем изменения соотношения между доходами отдельных социальных групп в целях сглаживания неравенства между ними;
— *регулирующая* — влияние на воспроизводство, стимулирование или сдерживание его темпов, усиление или ослабление накопления капитала, расширение или уменьшение платежеспособного спроса посредством налогов.

Анализ доходной части бюджета предусматривает прежде всего рассмотрение источников бюджетного финансирования: поступления от налогов и сборов, от государственных предприятий и имуществ, от займов. Ведущую роль в мобилизации средств в государственный бюджет играют налоги. Налоговые доходы классифицируются еще и по видам. По международной методике учитывается полнота и своевременность внесения начисленных налогов, а не

абстрактные, как в России, бюджетные назначения. Среднестатистическая собираемость налогов в США составляет 85–88%.

Первое направление анализа при рассмотрении доходной части бюджетов связано с выявлением относительной значимости налогов в общем объеме конечной продукции. Наилучшим образом эта значимость характеризуется долей всех налоговых поступлений в ВНП. Эти доли в 1996 году составляли: в США — 30%, в Японии — 31, в Канаде — 37, в Германии — 38, в Англии — 37, во Франции — 44, в Италии — 40%. Лидерами являлись Дания (51,7% ВНП), Швеция (50,2%) и Бельгия (45,9%).

Приведенные данные свидетельствуют о значительной доле налогов в ВНП стран и соответственно о большой роли государственных бюджетов в перераспределении доходов.

Однако существует мировая закономерность, подтвержденная статистикой разных стран. Чем выше уровень налоговых изъятий, тем ниже темпы экономического роста.

Экономический кризис в России вызван помимо прочего высоким уровнем налоговых и неналоговых изъятий из экономики. По оценкам специалистов, в России общий уровень всей массы уплачиваемых налогов (включая платежи предприятий во внебюджетные фонды, по уровню которых Россия входит в лидирующую группу стран) в среднем составляет до 80% прибыли предприятий. По международным стандартам налоговое изъятие свыше 50% прибыли подрывает стимулы к производственной деятельности и приводит к укрытию доходов от налогов со стороны как юридических, так и физических лиц.

К тому же в странах Запада налоговое бремя более или менее равномерно распределено по всем отраслям и секторам экономики. В России же сохранилась проблема, с которой сталкивались и другие страны: наличие льгот, не носящих стимулирующего характера, и исключений из общих налоговых правил. Чем их больше, тем менее эффективна налоговая система.

Еще одна российская проблема — «теневой» сектор, на который приходится, по данным Госкомстата, 25% ВВП (по данным Совета безопасности, 40%), налогов не выплачивающий. Государственная налоговая служба за 1997 год выявила 26 914 организаций, не состоящих на учете в налоговых органах. Значит, легальная экономика — в основном промышленность — несет дополнительное налоговое бремя.

Поэтому номинально примерно одинаковые налоговые ставки в России и Западной Европе на самом деле значительно различаются. Низкий уровень собираемости налогов в какой-то степени также подтверждает, что уровень нынешнего налогообложения не соответствует возможностям российской экономики.

Следующее направление анализа — выявление в структуре налогов относительной роли прямых и косвенных налогов в зависимости от степени и особенностей развития страны.

В принципе любой налог оказывает определенное негативное воздействие на экономическое развитие. Но из мирового (да и отечественного) опыта известно, что различные налоги по-разному влияют на экономику.

К наиболее тяжким и социально несправедливым относятся косвенные налоги в форме добавочной наценки. Это НДС, который увеличивает цену ресурсов, используемых в процессе производства, налоги с оборота, акцизы, таможенные пошлины. Добавку к цене в конечном счете оплачивает потребитель, покупая

товар. Правда, косвенные налоги дают меньше возможностей сокрытия доходов по сравнению с прямыми. Поэтому понятна фискальная логика правительства России, отстаивающего более высокую ставку НДС: он лучше собираем.

По сравнению с косвенными налогами прямые оказывают менее негативное воздействие на экономику. Имеются в виду, в частности, налоги на прибыль и доход, подоходный налог, налоги на недвижимость.

Наконец, наиболее «нейтральные» налоги основаны на изъятии монопольной ренты. К этой сфере относится налогообложение природных ресурсов — газа, нефти, алмазов, золота, редкоземельных металлов. Налоговый сбор с туристов, посещающих уникальные исторические или природные достопримечательности, тоже относится к взиманию монопольной ренты.

Соотношение между прямыми и косвенными налогами зависит от двух решающих факторов: жизненного уровня основной массы населения страны и сложившихся в различных странах стереотипов трактовки тех или иных налогов. Низкий жизненный уровень населения объективно ограничивает масштабы прямых налоговых изъятий из доходов физических и юридических лиц. Подобная закономерность отчетливо проявляется в развивающихся странах. Роль косвенного обложения в развитых странах играет заметно меньшую роль, чем в развивающихся.

Относительная значимость основных налогов в отдельных странах весьма различна. Так, в Японии относительно скромна роль косвенных налогов ($^1/_3$ всех налоговых поступлений); среди прямых налогов явно главенствуют подоходный налог с населения и взносы на социальное страхование. В Канаде резко преобладает индивидуальный подоходный налог при заметной роли косвенных налогов ($^1/_4$ всех поступлений).

Даже в западноевропейских странах, несмотря на проводимую политику унификации налогов в рамках ЕС, сохраняются заметные различия. Для Франции, например, типично господство такого налога, как взносы на социальное страхование, а также косвенных налогов при весьма низкой доле подоходного налога с населения. Для Германии, Италии и Англии наиболее значимы подоходный налог и косвенные налоги.

Структура налогов отражает состояние национальной экономики, подчеркивая перекосы ее развития. Это особенно заметно при сравнении структуры налоговых платежей таких разных стран, как Россия и США (см. табл. 5).

Основную массу налоговых поступлений в России, как следует из таблицы 5, обеспечивают косвенные налоги, которые непосредственно не связаны с результативностью труда и капитала и выступают фактором сдерживания спроса.

Эта система налогообложения в России начала формироваться в 1992 году и отразила явные попытки копировать опыт европейских стран, прежде всего Франции. Была сделана ставка на косвенные налоги в качестве основного источника налоговых поступлений для госбюджета. Выбор этого варианта объяснялся тем, что он в наилучшей степени соответствовал фискальным соображениям.

С этой целью были введены НДС и акцизы. НДС позволил, с одной стороны, в течение 1992 года обеспечить основную часть всех налоговых поступлений в бюджет (39%), а с другой — способствовал заметному усилению и без того высокой инфляции в стране.

В 1993 году ввиду уменьшения ставок НДС (с 28 до 20% и 10% на продовольствие) первенство в налоговых поступлениях перешло к налогу на прибыль, обеспечившему в 1993 году до 40% и в 1994 году 37% налоговых поступлений

Таблица 5

Сравнение структуры налоговых платежей в Российской Федерации и США в 1995 году
(в %)

Налогооблагаемые факторы	Федеральный бюджет		Бюджеты регионов		Местные бюджеты		Бюджетная система	
	РФ	США	РФ	США	РФ	США	РФ	США
Труд и предпринимательство	22,4	96,0	52,8	64,6	–	15,4	37,3	75,1
Капитал (имущество)	0,4	–	18,7	–	–	–	7,8	–
Природные ресурсы	2,4	–	4,3	–	–	–	3,4	–
Косвенное обложение (обращение и потребление)	74,8	4,0	24,2	35,4	–	84,6	51,5	24,9
***Итого*:**	100	100	100	100	100	100	100	100

в бюджет. Это происходило из-за высокой рентабельности производства продукции в промышленности, торговле, строительстве, обусловленной либерализацией цен в 1991–1992 годах. В тот период предприятия, пользуясь дефицитом и отсутствием сдерживающих рычагов и механизмов, произвольно завышали цены. Рентабельность (к себестоимости) производства достигала 50–60%.

Позже, когда инфляция начала снижаться, предприятия, столкнувшись с проблемами сбыта продукции, спроса на работы и услуги с высоким уровнем затрат и цен, были вынуждены пойти на уменьшение своей прибыли. В 1996 году рентабельность сократилась более чем в 3 раза. В первом полугодии 1997 года рентабельность реализованной продукции в промышленности, строительстве и на транспорте составила 5,8%, а реальная прибыль в промышленности была в 2–2,5 раза ниже, чем год назад.

Также резко снизились налогооблагаемая база и поступления доходов в бюджет от банков. Их доля в сумме собранного налога на прибыль в 1996 году составила около 10%. При широком инвестировании финансовых средств в реальное производство, и в первую очередь в высокие технологии, следует ожидать дальнейшего уменьшения удельного веса налогов от банков.

Следовательно, ужесточение финансовой политики, с одной стороны, снизило темпы инфляции, но, с другой — отрицательно сказалось на показателях рентабельности и прибыли. В итоге расплатой за финансовую стабилизацию стало падение доходов бюджета от налога на прибыль.

Снижение в доходах бюджета удельного веса налога на прибыль — явление в экономическом плане нормальное. Оно отражает процессы, происходящие в экономике страны. То, что они закономерны, наглядно иллюстрирует опыт развитых индустриальных стран, где рентабельность производства в 10% считается вполне конкурентоспособной. Поэтому и доля налога на прибыль корпораций при практически такой же ставке, как у нас, в США, Германии, Дании и Франции находится в диапазоне 8–11%:

Таблица 6

Структура доходов бюджета Франции в 1995 году
(в %)

Налог на добавленную стоимость	41,4
Подоходный налог с физических лиц	18,1
Налог на предприятия	10,6
Пошлины на нефтепродукты	7,3
Прочие налоги	15,2
Неналоговые поступления	7,4

Источник: По данным «Eurostat».

Налоговые платежи в 1997 году складывались в основном из поступлений, приходящихся на промышленный сектор (39%), в которых доля топливной промышленности занимает 16%, электроэнергетики, пищевой промышленности, машиностроения и металлообработки — 5–7, химической и нефтехимической, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной, строительных материалов, легкой — 0,6–1,5%.

Другими относительно крупными налогоплательщиками были предприятия транспорта, платежи которых в федеральный бюджет составили 26%, из них 21% приходится на трубопроводный транспорт. От предприятий торговли и общественного питания получено 6% налоговых платежей.

Типичным отражением процессов, происходящих в российской экономике, являются результаты исполнения федерального бюджета за 1996 год по доходам:

Таблица 7

Исполнение федерального бюджета в 1996 году
(в % от плана)

Доходы, всего	**81,1**
Налоговые доходы, всего	77,43
— Налог на прибыль	58,5
— Подоходный налог	101,6
— Налог на добавленную стоимость	80,9
— Акцизы	102,5
— Лицензионный сбор за право производства и хранения алкогольной продукции	29
— Импортные пошлины	97,6
— Экспортные пошлины	36,5
Неналоговые доходы, всего	104,7
Доходы от приватизации	6,6
Доходы от реализации государственных запасов	–

Источник: По данным Федерального казначейства.

Основной причиной недопоступления доходов от налога на прибыль и НДС стало снижение прибыли и продолжавшийся спад промышленного производства. А значительные недовыполнения бюджетного задания по сбору акцизов по ликеро-водочной продукции были результатом того, что производственные мощности предприятий, производящих эту продукцию, использовались только на 20–30%, в то время как в стране выпускалось много нелегальной ликеро-водочной продукции, с которой соответственно никакие налоги не уплачивались.

Одновременно превышение более чем в 5 раз доходов от реализации государственных запасов свидетельствовало о высоких темпах распродажи государственных запасов драгоценных камней и металлов и выполнении бюджетных заданий прежде всего за счет продажи невосполняемых природных ресурсов.

В 1997 году правительство приняло ряд мер по наведению бюджетного порядка: ужесточило государственный контроль за производством, импортом и оборотом алкогольной продукции, повысило доходность от приватизации. Доходы федерального бюджета от продажи государственной собственности с января по ноябрь 1997 года составили 12,762 трлн. руб. Это на 95% превышает годовой план по доходам от приватизации, которые в бюджете 1997 года были определены в размере 6,525 трлн. руб. Из этой суммы 12,24 трлн. руб. получено Российским фондом федерального имущества от продажи федеральной собственности, оставшиеся 522 млрд. руб. — региональными фондами имущества от продажи собственности субъектов РФ.

Несмотря на принятые меры, исполнение доходной части бюджета в 1997 году оставалось напряженным. По предварительным данным Госналогслужбы, в консолидированный бюджет России поступило 548,9 млрд. деноминированных рублей, из них 219 млрд. руб. — в федеральный бюджет. Рост по сравнению с аналогичным периодом прошлого года составил соответственно 19 и 12% при накопленной инфляции порядка 10%. При этом поступления прямых налогов в консолидированный бюджет составили 183,4 млрд. руб. (33% в общей величине налоговых поступлений в консолидированный бюджет), косвенных налогов — 232,5 млрд. руб. (42% в общей величине доходов).

По данным Госналогслужбы России, на 1 октября 1997 г. задолженность по налоговым платежам в консолидированный бюджет составляла 180,2 трлн. руб. В целом задолженность по налоговым платежам по своим масштабам превышала половину общей суммы всех поступлений в бюджетную систему. Совокупный долг предприятий по платежам в бюджет на 1 октября 1997 г. вырос до 498,2 трлн. руб. Неплатежи в бюджет и внебюджетные фонды в структуре общих неплатежей составляли около 40%.

Задолженность, как известно, складывается из недоимки и отсроченных платежей. Доля отсроченных платежей относительно небольшая. На 1 октября 1997 г. сумма отсроченных налоговых платежей в федеральный бюджет составляла 14,9 трлн. руб. (15,6% от общего объема задолженности). Гораздо большими были размеры недоимки.

Проанализируем динамику ее прироста в последние годы. В 1995 году она составила 2,6% ВВП, в 1996 году — 2,4, в 1997 году — 2% (недоимка по региональным налогам меньше и темпы ее прироста ниже, чем по федеральным). Наблюдается тенденция к сокращению прироста недоимки.

Среди отраслей наибольшая задолженность по налоговым платежам приходилась на топливно-энергетический комплекс: около 29% — в консолидиро-

ванный бюджет и 21% — в федеральный бюджет. На предприятия машиностроения и металлообработки приходилось около 15% долгов по налоговым платежам, на транспорт — свыше 10, на строительство — около 12%.

Несмотря на некоторый рост числа предприятий, осуществляющих текущие платежи, продолжало расти и число предприятий — крупных должников, а также и сумма их долга: если в начале 1997 года таких предприятий насчитывалось 1165, то в сентябре — 3442. Сумма их долга только по платежам в федеральный бюджет составляла 66,2 трлн. руб.

Характерной особенностью последних лет является рост задолженности по уплате штрафов и пени, почти в 1,8 раза превышающей задолженность по уплате налогов. На 1 октября 1997 г. суммы неуплаченных штрафов и пени составляли: в консолидированный бюджет — 304,13 трлн. руб., в федеральный бюджет — 158,3 трлн. руб.

В значительной мере это связано с тем, что пени и штрафы начислялись по нормативам и ставкам, которые были приняты в период высокой инфляции. В условиях резкого уменьшения инфляционной составляющей в прибыли предприятий сохранение столь высоких ставок пени и штрафов приводит к неоправданному их росту и соответственно непропорциональному нарастанию задолженности по их выплате.

Постановлением № 254 правительство определило условия и порядок реструктуризации задолженности организаций по платежам в федеральный бюджет, который в случае невыполнения обязательств перед федеральным бюджетом предусматривает применение к предприятиям-должникам жестких схем переоформления их задолженности в специально эмитируемые акции или облигации (в объеме контрольного пакета). Затем эти акции (или облигации) в качестве залога передаются Российскому фонду федерального имущества (РФФИ) и могут быть проданы государством в случае срыва предприятием графика погашения долгов или выплаты текущих платежей в бюджет.

Учитывая объем суммарной задолженности в бюджеты всех уровней (включая штрафы и пени), правительство рассчитывает за счет указанных мер только в 1998 году получить в федеральный бюджет 5 млрд. руб.

Еще одна острая проблема — расчеты с бюджетом не «живыми» деньгами, а денежными зачетами. В 1997 году доля денежного зачета в общем объеме поступлений в федеральный бюджет составляла, по данным Федерального казначейства, до 40%, а в большинстве бюджетов субъектов Федерации — не менее 50% (общий объем зачетов — прямых и обратных — составил около 105 трлн. руб.).

Схемы зачетов, особенно «обратного зачета», создавая видимость исполнения доходной части бюджета, камуфлировали невыполнение бюджетных обязательств по реальному финансированию экономики. Поскольку выделенные в порядке зачета средства шли на погашение бюджетной задолженности лишь в том направлении и объеме, в которых была соответствующая встречная задолженность, то бюджет пополнялся мнимыми доходами, а не «живыми» деньгами.

Изучение и оценка динамики и структуры бюджетных расходов

Анализ общей структуры расходов представляет собой как бы макроэкономический анализ государственного бюджета. Не менее важную роль играет

постатейный анализ, цель которого — конкретное рассмотрение главных направлений расходов по той или иной статье, динамики расходов за несколько лет, выяснение причин и тенденций в изменениях объемов, направлений расходов каждой статьи бюджета.

Подробный анализ структуры расходов бюджета, сопоставление со структурами бюджетов других стран, определение удельных весов и объемов расходов по статьям бюджета, а также анализ воздействия государственных расходов на политику, на социальные мероприятия, на регулирование производства сельскохозяйственной и промышленной продукции с помощью прямого субсидирования, анализ государственных расходов в связи с внешнеэкономическими отношениями и т.д. — все это помогает правильно оценить экономическую политику правительства, и в частности его финансовую политику, раскрыть причины соответствующих изменений в объемах и направлениях государственных расходов, выявить общие закономерности и особенности экономического развития страны на данном этапе.

Государственные расходы воздействуют на выпуск продукции. Рост государственных расходов увеличивает доход и, следовательно, уровень потребления. Зависимость дохода и выпуска продукции от изменений государственных расходов отражает мультипликатор государственных расходов, который указывает: если происходит приращение общей суммы государственных расходов, то доход и выпуск продукции будут увеличиваться на сумму, которая превосходит увеличение государственных расходов. Мультипликатор государственных расходов находится в прямой зависимости от предельной склонности к потреблению и в обратной зависимости от предельной склонности к сбережению.

Структуры расходов бюджетов разных стран имеют отличия прежде всего с точки зрения удельного веса в бюджетах тех или иных видов расходов. Это касается удельных весов расходов военных, экономико-административных, расходов по государственному долгу, на нужды образования, здравоохранения, культуры.

Анализируя исполнение расходной части бюджета последних лет, констатируем хроническое неисполнение расходов почти по всем статьям. Так, например, причиной неэффективного использования бюджетных средств по статье «Национальная оборона» является прохождение этих денег через многочисленные коммерческие структуры. Пока не наладится строгое следование бюджетных потоков через государственную систему казначейства, контролировать расходы Министерства обороны будет трудно. Неблагополучна ситуация и с использованием средств целевых бюджетных фондов.

Расходы за три квартала 1997 года составили 272,2 трлн. руб., или 71,2% от предусмотренных на этот период показателей. Более всего недофинансированы расходы по разделам «Промышленность, энергетика и строительство» — 11,9 трлн. руб. (исполнение — 35%) и «Государственные инвестиции» — 6,5 трлн. руб. (21,5% от утвержденного годового бюджета). По остаточному принципу финансировались расходы на закупки вооружения и военной техники, оплату НИОКР и капитальное строительство. Они составили соответственно 13,5, 16,6 и 10,6%. Не выделялись средства на инвестиционные программы конверсии оборонной промышленности, инвестиции на программу «Свой дом» и др. По разделу «Сельское хозяйство и рыболовство» финансирование составило 6,34 трлн. руб. (51,2%), а по разделу «Социальная политика» — 20,36 трлн. руб., или 141,4%.

Неравновесие между государственными доходами и расходами выражает бюджетный дефицит. В теории различают структурный и циклический дефициты. Первый возникает в результате сознательно принимаемых правительством мер по увеличению государственных расходов и снижению налогов в целях предотвращения спадов. Второй является результатом циклического падения производства и отражает кризисные явления в экономике.

В последние годы для России характерны хронические дефициты:

Таблица 8

Дефициты бюджетов Российской Федерации

Текущий дефицит	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.
В млрд. руб.	66 276,0	47 037,0	95 000,0	954 000,0	132,4
В % к расходам	44,8	21,3	19,8	19,27	26,5
В % к ВВП	10,4	2,9	3,5	3,5	4,7

Источники: По данным Министерства финансов РФ; данные за 1997 год по плану; данные за 1998 год по плану (в деноминированных рублях).

Дефицитный бюджет порождает государственный долг, который выражает общую сумму непогашенных дефицитов государственного бюджета, накопленную за время существования государства. Государственный долг подразделяется на внешний и внутренний. Внешний государственный долг выражает задолженность государства гражданам и организациям других стран, внутренний — задолженность государства своим собственным гражданам и учреждениям.

В совокупности внутренний и внешний долги крайне обременительны для страны. Это ведет к росту расходов на обслуживание государственного долга, которые стали самой крупной статьей расходов федерального бюджета России. В абсолютном выражении расходы по обслуживанию государственного долга возрастают с 27,98 трлн. руб. за 1995 год до 120,51 трлн. руб. за 1998 год, или, по отношению к общей сумме расходов федерального бюджета, соответственно до 25,5%.

Степень «управляемости» дефицита напрямую связана с его размерами. Общепринятым в мировой практике показателем того, насколько дефицит велик и опасен, является следующий коэффициент: минусовое сальдо бюджета, деленное на ВВП или годовой государственный долг в процентах к годовому ВВП, принятому за 100. Всемирный банк принимает в качестве допустимой норму в 3,5% ВВП и 8–10% доходной части бюджета.

Совокупность действий государства по погашению и регулированию суммы государственного долга, а также по привлечению новых заемных средств представляет собой управление государственным долгом.

В основном рост расходов федерального бюджета покрывается за счет размещения различных видов государственных ценных бумаг на отечественном и мировом фондовых рынках. Государственные заимствования в 1997 году составили 93,699 трлн. руб. Из них на внутреннем рынке 42,589 трлн. руб., а на внешнем — 51,110 трлн. руб. На 1998 год на внутренние источники финанси-

рования дефицита запланировано 102,4 млрд. деноминированных рублей, а на внешние — 30 млрд. руб.

У государственных органов есть только один реальный выход из этой ситуации: обеспечение условий для экономического роста и пополнение бюджета за счет традиционных источников доходов.

Перспективы преодоления бюджетного кризиса в России

В качестве приоритетов бюджетной политики на 1998 год законом о бюджете определяются:

— полное выполнение принимаемых государством финансовых обязательств перед субъектами хозяйственной деятельности и населением;
— создание условий для переориентации финансовых потоков в пользу реального сектора экономики;
— формирование условий справедливой конкуренции на внутреннем рынке, в том числе за счет неснижения средневзвешенной ставки таможенного тарифа по сравнению с фактическим уровнем 1997 года;
— прекращение спада сельскохозяйственного производства и его стабилизация;
— снижение налоговой нагрузки на товаропроизводителей и улучшение собираемости налогов;
— повышение инвестиционной активности, формирование бюджета развития и на этой основе увеличение по сравнению с уровнем 1997 года объемов капитальных вложений;
— завершение перехода на казначейскую систему исполнения бюджетов всех уровней;
— рост реальных располагаемых денежных доходов в размере не менее 3%;
— неснижение уровня занятости, проведение жилищной реформы с одновременным осуществлением мер социальной защиты малообеспеченных слоев населения, сокращение издержек на жилищно-коммунальные услуги при поддержании качества.

Одним из основных заявленных достоинств бюджета на 1998 год являются его реалистичность, ориентация на «экономический рост», а также усиление социальной направленности.

Показатели федерального бюджета на 1998 год: прогнозный уровень ВВП — 2840 млрд. руб., что составляет рост в 1,8% по отношению к оценке ВВП 1997 года; общий объем доходов — 367,5 млрд. руб., или 12,94% к ВВП; общий объем расходов — 499,9 млрд. руб., или 17,6% к ВВП; дефицит федерального бюджета — 132,4 млрд. руб., или 4,66% к ВВП; планируемая годовая инфляция — 5,7%.

Показатели федерального бюджета отличаются от параметров, намеченных на 1998 год в правительственной программе «Структурная перестройка и экономический рост»: возрастание ВВП — 3%; доходы — 13,5–14,5% ВВП; расходы — 15,5–16,5% ВВП; рост инвестиций — на 3% (в проекте бюджета — на 1%); бюджет развития — 36,1 млрд. руб. (в проекте бюджета — 16,4 млрд. руб.). Эти отличия ставят под сомнение возможность реализовать программные разработки.

Особого рассмотрения заслуживает вопрос о собираемости налогов. Правительство планирует получить значительную прибавку в доходную часть федерального бюджета — 7,2 млрд. руб. — за счет осуществления дополнительных мер по повышению собираемости налогов и сокращению задолженности по платежам в федеральный бюджет и, кроме того, 5 млрд. руб. — за счет реструктуризации образовавшейся в предшествующие годы задолженности по платежам в федеральный бюджет.

Оценивая реалистичность этих предложений, необходимо учитывать два обстоятельства, сильно затрудняющих его реализацию. Первое — это продолжающееся ухудшение финансового положения производственных предприятий, являющихся основными налогоплательщиками. По данным Госкомстата РФ, доля убыточных предприятий в общем их количестве за девять месяцев 1997 года по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года увеличилась на 6,9%, сумма убытков в целом по промышленности возросла с 24 948 млрд. до 33 894 млрд. руб.

Именно ухудшение финансового положения производственных предприятий стало основным фактором резкого сокращения налоговых поступлений за последние годы. Поэтому, как бы ни старались налоговые органы, с нерентабельных предприятий много получить не удастся. Например, за первое полугодие 1997 года в России было арестовано имущество недоимщиков на сумму в 40 трлн. руб., из которого удалось реализовать лишь на 4 трлн. руб., поскольку большая часть имущества относится к неликвидам и имеет спрос только в отдельных регионах.

«Теневой» и спекулятивный секторы налогообложению почти не поддаются. Поэтому никакие меры по ужесточению налоговой дисциплины не способны кардинально изменить ситуацию со сбором налогов. Только прирост в реальном секторе экономики, а значит, и прирост налоговой базы в состоянии переломить негативную тенденцию.

Второе обстоятельство. В 1997 году Госналогслужба собирала примерно по 10 трлн. руб. в месяц «живыми» деньгами, то есть как и в прошлые годы, если учесть инфляцию. В ноябре—декабре собираемость составила 14–15 трлн. руб. А 105 трлн. руб. доходной части бюджета покрывалось зачетами. С 1998 года зачеты отменены. Следовательно, месячная сумма налоговых сборов должна быть не менее 18 трлн. руб., чтобы выполнить показатели доходов бюджета 1998 года.

Изъять больше «живых» денег у российских налогоплательщиков невозможно. Более 70% операций в российской экономике приходится на различные формы неденежных расчетов (бартер и т.д.). К тому же $^2/_3$ поступлений обеспечивают 17 крупных компаний. Падение цен на нефть на мировом рынке с 15 до 9 долл. за баррель — это на 48% ниже той цены, которую закладывали при расчете бюджета 1998 года. При этом ведущие нефтяные компании и некоторые крупные предприятия провели серьезные реорганизационные меры, связанные с концентрацией капитала и изменением движения денежных потоков (между материнскими и дочерними компаниями). Результатом этого явилось снижение налогооблагаемой базы компаний на весьма значительные суммы.

На протяжении последних девяти лет расходы бюджета постоянно превышают доходы. На середину 1998 года совокупный государственный долг состав-

ляет почти 44% от ВВП, из которых 26% приходятся на внешний долг. Затраты на обслуживание долга составляют 34% от общих расходов бюджета при плане в 1998 году в 25%. Большая часть внутреннего долга носит краткосрочный характер. 379 млрд. руб. из вложенных в ГКО необходимо погасить в 1998 году, или почти 31 млрд. руб. в месяц, что в 1,4 раза больше, чем ежемесячные доходы федерального бюджета. Для сравнения: доходы, заложенные бюджетом 1998 года, составляют 367,5 млрд. руб. Эти цифры означают, что для возврата старых долгов правительству придется делать новые. Главные последствия кризиса связаны с ростом процентных расходов, доля которых в федеральном бюджете 1999 года может превысить 35%. Уже во второй половине 1998 года начались расчеты по выпускам ГКО с высокой доходностью. К тому же на это накладывается пик процентных расходов по внешним заимствованиям прошлых лет.

Однако к августу 1998 года стало ясно, что инвесторы не доверяют ГКО даже по сверхвысокой доходности. Правительство было вынуждено отменить ГКО введением 90-дневного моратория на их погашение. Центральный банк планирует выпускать новые, более «короткие» государственные облигации взамен ГКО.

Очевидно, что для выхода из бюджетного кризиса требуется принятие решительных мер. Таковыми призваны стать меры, предусмотренные антикризисной программой правительства, состоящей из двух частей: «Мобилизация доходов» и «Сокращение государственных расходов». Причем приоритет явно отдан последней. Если план мобилизации доходов должен принести только 10 млрд. руб., то сокращение составит более 40 млрд. руб.

Резюме

Сосредоточение в государственном бюджете крупных денежных средств — необходимое условие осуществления эффективной финансовой политики государства. Централизация ресурсов дает возможность осуществлять маневрирование средствами, направлять их на первоочередные цели, на финансирование приоритетных отраслей экономической и социальной инфраструктуры и стимулирует экономический рост. Это позволяет правительству содержать государственный аппарат управления, выплачивать проценты по государственным займам и погашать государственный долг, а также осуществлять возросшие социальные расходы.

Система налогообложения в России резко отличается от соответствующих систем западных стран, что является закономерным результатом той экономической ситуации, которая сложилась в России в последние годы. Современная налоговая система России сформировалась и продолжает видоизменяться преимущественно для выполнения фискально-перераспределительной функции, слабо стимулируя производство.

Вопросы для самопроверки

1. *Каковы основные элементы финансовой системы и в чем состоят задачи ее анализа?*
2. *Как анализируется государственный бюджет страны?*
3. *Какое влияние оказывают на экономику прямые и косвенные налоги, и какие общие выводы могут быть сделаны на основе их анализа?*
4. *Что может показать анализ государственных расходов и их структуры?*

Основные понятия

Финансовая система — совокупность форм и методов образования, распределения и использования фондов денежных средств и соответствующих им организационных структур.

Государственный бюджет — сводный финансовый план образования и использования централизованного фонда денежных средств государства.

Внебюджетные фонды — денежные средства государства, имеющие целевое назначение и не включенные в государственный бюджет.

Налоги — обязательные взносы в бюджет соответствующего уровня или во внебюджетные фонды, осуществляемые плательщиками в порядке и на условиях, определяемых законодательными актами.

Прямые налоги — налоги, взимаемые с доходов или имущества налогоплательщиков.

Косвенные налоги — налоги, включаемые в издержки производства и цены товаров, услуг (работ) и тем самым перекладываемые на конечного потребителя.

Мультипликатор государственных расходов — экономический показатель в виде числового коэффициента, отражающего зависимость дохода и выпуска продукции от изменений государственных расходов.

Глава 6

Анализ внешнеэкономического положения страны и состояния внешнеэкономических связей

1. *Оценка места и роли внешнеэкономических связей и деятельности в национальной экономике. Задачи статистического исследования ВЭС*
2. *Формы ВЭС и показатели, характеризующие их экономическую эффективность и роль в решении социальных задач*
3. *Платежный баланс страны как обобщающий показатель мирохозяйственных связей. Направления и методы его анализа. Показатели состояния и изменения платежного баланса*

Анализ внешнеэкономического положения страны состоит из двух блоков: сопоставление тенденций, происходящих в мировом хозяйстве, с изменениями в национальной экономике, в том числе во внешнеэкономической сфере, и выявление факторов, влияющих на внешнеэкономические связи (ВЭС) и внешнеэкономическую деятельность.

Оценка места и роли внешнеэкономических связей и деятельности в национальной экономике. Задачи статистического исследования ВЭС

Прежде всего необходимо проанализировать участие национальной экономики в международной торговле.

Международная торговля представляет собой процесс купли и продажи, осуществляемый между покупателями, продавцами и посредниками, находящимися в разных странах.

Динамика и структура международной торговли напрямую зависит от уровня развития производительных сил, сложившейся структуры мирового хозяйства. В свою очередь, международная торговля становится для всех стран одним из наиболее важных факторов их экономического развития.

Пропорции международной торговли характеризуются показателями объемов, динамики и структуры товарооборота, экспорта, импорта товаров и услуг, а также экспортной (импортной) квоты. Последняя показывает степень вовлеченности экономики страны в мировой обмен.

Экспортно-импортная квота отражает степень открытости национальной экономики и определяется отношением суммы экспорта (*Э*) и импорта (*И*) к ВНП (или ВВП):

$$(Э + И) / \text{ВНП} \times 100\%.$$

Международная торговля позволяет: преодолеть ограниченность национальной ресурсной базы; расширить емкость внутреннего рынка и установить связь национального рынка с мировым; обеспечить получение дополнительного дохода за счет разницы национальных и интернациональных издержек; расширить масштабы производства, ограниченные кривой его возможностей. Она является средством развития международной специализации экономики страны, повышения эффективности использования ресурсов, увеличения объема внутреннего и внешнего рынков.

Статистические данные свидетельствуют, что основными участниками международной торговли продолжают оставаться государства, входящие в группу промышленно развитых стран. Так, в 1990 году их доля в мировом экспорте составила 72%. Наиболее крупными торговыми державами остаются ФРГ — 398,4 млрд. долл. (11,7%), США — 393,6 млрд. долл. (11,6%) и Япония — 286,9 млрд. долл. (8,5%). Доля России в мировом экспорте в 1995 году составила 1,5%, а в импорте — менее 1%. Особенностью современной ситуации является развитие международных форм регулирования мирового рынка. Возникли как общие торговые организации (ГАТТ — Генеральное соглашение по тарифам и торговле, сейчас ВТО — Всемирная торговая организация), так и региональные интеграционные экономические организации — ЕС, ЕАСТ (Европейская ассоциация свободной торговли). Деятельность этих организаций оказывает существенное влияние на мировую торговлю.

Основные тенденции в современной мировой торговле. Последовательная оценка состояния мировой торговли предполагает использование ряда экономико-статистических показателей, характеризующих ее объемы, динамику, структуру (товарную и географическую), значение для отдельных стран и регионов, экономические условия.

Мировая торговля на современном этапе характеризуется опережающими темпами роста, достаточно высокими и устойчивыми на фоне некоторого замедления в последние годы роста мировой экономики.

Так, среднегодовые темпы прироста мирового экспорта составили в 50-х годах 6%, в 60-х — 8,2%. В период с 1970 по 1991 год физический объем мирового экспорта (т.е. рассчитанный в неизменных ценах) возрос в 2,5 раза,

среднегодовой темп роста составил 9,1%[3], тогда как в 1991–1995 годах этот показатель был равен 6,2%[4].

В целом можно констатировать опережающие по сравнению с производством темпы роста мирового товарооборота.

Соответственно возрастал и объем мировой торговли. Так, в 1965 году он составил 172 млрд. долл., в 1970-м — 193,4 млрд., в 1975-м — 816,5 млрд., в 1980-м — 1,9 трлн., в 1990-м — 3,3 трлн., в 1995-м — свыше 5 трлн.[5], а в 1997 году — около 5,6 трлн. долл.

По имеющимся прогнозам, высокие темпы мировой торговли сохранятся и в дальнейшем: к 2003 году объем международной торговли увеличится на 50%, а мировой экспорт превысит 7 трлн. долл.[6]

Существенно опережающими темпами в международной торговле растет обмен услугами, доля которых достигает почти $^1/_3$ всего ее объема. Динамично меняется и товарная структура мирового обмена, что тесно связано с диверсификацией экспорта и импорта. Это проявляется в количественном увеличении номенклатуры обращающихся товаров (за последние годы было налажено производство десятков тысяч наименований новых изделий).

Происходит качественное изменение структуры мирового товарооборота (в экспорте и импорте постоянно растет доля готовых изделий и снижается удельный вес сырьевых товаров), что видно из нижеприведенных данных:

Таблица 1

Товарная структура мирового экспорта по основным группам товаров[7]

Основные товарные группы	1937 г.	1960 г.	1975 г.	1988 г.	1994 г.
Продовольствие (включая напитки и табак)	22,8	18,2	12,2	10,7	7,2
Сырье	31,0	16,7	7,5	5,9	4,8
Минеральное топливо	7,6	10,1	19,5	12,5	7,7
Продукция обрабатывающей промышленности	38,8	55,0	59,7	72,4	76,5
Оборудование, транспортные средства	10,6	21,2	27,9	35,1	38,2
Химические товары	4,6	6,2	7,2	9,0	9,2
Прочая продукция обрабатывающей промышленности	23,6	27,6	24,6	28,3	29,2
Черные и цветные металлы	10,6	9,0	7,3	5,3	6,6
Текстильные изделия (пряжа, ткани, одежда)	8,7	5,4	4,9	6,8	7,6

[3] См. **Основы внешнеэкономических знаний** / Под ред. Н. П. Фаминского. — М., 1994. — С. 50.

[4] Подсчитано по: **Monthly Bulletin of Statistics**.

[5] См. **International Financial Statistics Yearbook**. — Wash., 1996. — P. 125.

[6] См. **Мировая экономика на рубеже XXI века: Сборник обзоров**. — М., 1994. — С. 29.

[7] Подсчитано по: **Monthly Bulletin of Statisctics**.

Существенные изменения произошли в последние годы и в товарной структуре внешней торговли России. В российском импорте значительно сократилась доля инвестиционных товаров, тогда как доля потребительских товаров существенно возросла, составив в 1995 году около 40% всего объема импорта. Состав же эспорта не претерпел больших изменений. Подавляющая его часть приходится на энергоносители и сырьевые товары:

Таблица 2

Структура внешней торговли России в 1996 году
(в % к итогу)[8]

Товарные группы	Экспорт	Импорт
Продовольствие и сырье для его производства (включая напитки и табак)	3,4	27,2
Минеральное сырье и топливо	47,9	6,3
Машины и оборудование, транспортные средства	9,1	30,6
Химические товары, каучук	8,5	14,4
Другие промышленные товары (включая текстиль, текстильные изделия, мебель)	1,1	4,7
Черные и цветные металлы и изделия из них	19,8	8,8
Прочие товары (включая оружие и военную технику, золото, драгоценные металлы, драгоценные камни и др.)	10,2	8,0

Кроме того, усиливаются взаимосвязь и взаимозависимость национальных экономик, что находит отражение в показателях, характеризующих роль внешнего фактора в их развитии.

Изучение процессов, происходящих в мировой торговле, основывается, как правило, на изучении статистических материалов, представляемых странами и различными международными организациями для публикации. Но следует помнить, что в каждой стране применяется своя товарная номенклатура (ТН), в которой используются различные классификационные признаки и методы кодирования товаров, а также собственные методологии учета, сбора и обработки данных о внешней торговле, что затрудняет проведение анализа. Несмотря на то что все национальные классификаторы основаны на одной из международных систем, они учитывают специфику конкретной страны.

В начале XX века 29 стран — участниц международной конференции по таможенной статистике в Брюсселе подписали конвенцию о том, что, сохраняя для своих внутренних публикаций национальные классификации ТН, они будут составлять и сообщать данные о своей внешней торговле по единой классификации ТН.

В начале 70-х годов созданный ранее Совет таможенного сотрудничества (СТС) приступил к дальнейшей гармонизации ТН. Цель: облегчить сбор, срав-

[8] Подсчитано по: **Российская газета**. — 1996. — 3 марта.

нение и анализ статистических данных в международной торговле, уменьшить расходы, связанные с необходимостью присваивать товарам новые наименования и коды при сравнении и перегруппировках из одной классификационной системы в другую, а также унифицировать коммерческие и таможенные документы, их обработку и т.п. Основные работы по созданию ГС завершились в 1981 году, а к 1983 году была подготовлена Конвенция о ГС. С июня 1983 года Международная конвенция о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров (ГС) была открыта для подписания, а с 1 января 1988 г. она вступила в силу. К началу 1988 года более 50 государств подписали и ратифицировали конвенцию. По состоянию на март 1991 года около 60 государств, в том числе все страны ЕЭС и не входящие в него государства Западной Европы, СССР, Япония, США и некоторые другие страны применяли ГС в таможенно-тарифных и статистических целях.

Другим важнейшим документом, обеспечивающим единообразие статистических данных по международной торговле и их аналитическую разработку, является Стандартная международная торговая классификация (СМТК) ООН.

Стандартная торговая классификация была одобрена ООН в 1960 году.

Наименования товаров в СМТК, по существу, идентичны их названиям в Номенклатуре Совета таможенного сотрудничества (НСТС).

Классификация товара осуществлена по нескольким признакам. Главный из них — это признак последовательности обработки продуктов.

Все товары в СМТК разделены на три основных класса: сырье, полуфабрикаты, готовые изделия. Такая группировка скомбинирована с группировкой по признаку назначения товаров, хотя следует заметить, что по этому признаку объединены позиции только нулевого и первого разделов.

В мае 1986 года вышло третье издание СМТК.

При классификации товаров на уровне групп был использован тот же принцип, что и в предшествующих изданиях, а именно: по видам сырья, из которого изготовлен товар, по степени обработки товара и его назначению, по месту в международной торговле.

СМТК 1986 года имеет некоторые недостатки, однако ее издание является шагом вперед в разработке товарных классификаций для учета и анализа международной торговли. С ее помощью можно получать сопоставимые показатели, характеризующие объем и структуру экспорта и импорта различных стран, а также с помощью «ключа» производить перегруппировки товаров СМТК на ГС, НСТС, Стандартную отраслевую классификацию ООН, на Классификатор товаров по укрупненным экономическим группировкам (КУЭГ) ООН и ряд других номенклатур.

В статистических справочниках о внешней торговле — «Year of International Trade Statistics», «Commodity Trade Statistics», «World Trade Annual», «Handbook of International Trade and Development», «Foreign Trade Statistics for Africa», «Direction of Trade», «Annual Bulletin of Trade in Chemical Products», издаваемых статистическими службами ООН, ЮНКТАД, ФАО и некоторыми странами, показатели об экспорте и импорте товаров производятся по классификации СМТК ООН. В России используется Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД) СНГ.

Статистический отдел ООН в соответствии с рекомендацией Статистической комиссии составил в 1966 году КУЭГ и разработал определения для сырь-

евых товаров, полуфабрикатов и готовых промышленных товаров, потребительских (непищевых) товаров недлительного пользования и т.д.

КУЭГ построен на основе Стандартной международной классификации и Номенклатуры ГС. Все товары, перечисленные в СМТК и ГС, разделены в классификаторе на семь групп в соответствии с их назначением, а внутри каждой группы — по степени обработки.

Кроме того, часть товаров объединена в группы по принципу промышленного или личного потребления, а некоторые — в зависимости от длительности пользования.

Критерии статистики:

— сопоставимость;
— объективность (не должны проявляться политические интересы руководства страны);
— надежность данных;
— полнота информации (в каждом из статистических справочников обязательно указывается классификатор, в соответствии с которым произведена группировка товаров).

Для обеспечения сопоставимости данных о внешней торговле, «привязанных» к различным классификаторам, применяются так называемые переходные «ключи». Определения, выработанные для укрупненных экономических группировок, представляют интерес, так как позволяют отнести тот или иной товар к конкретной экономической группировке.

Сырьевые товары — продукт сельского хозяйства, лесного хозяйства, рыболовства и охоты или любое полезное ископаемое, стоимость которого лишь в незначительной степени зависит от обработки.

Полуфабрикаты — продукт, требующий дальнейшей обработки и включения в состав других товаров, прежде чем стать орудием производства или предметом потребления.

Готовые товары — все промышленные изделия, предназначенные для использования в домашних условиях, а также капитальное оборудование промышленности, сельского хозяйства и транспорта, промышленные товары недлительного пользования, применяемые в промышленности в качестве материалов и топлива (например, топливо для реактивных двигателей).

К готовым промышленным товарам краткосрочного пользования, предназначенным для промышленности, относят товары со сроком пользования в один год и менее.

Промышленные товары длительного пользования — товары со сроком пользования свыше одного года, предназначенные для промышленности, а также для государственных и частных учреждений, — классифицируют как капитальное оборудование (кроме оружия, которое классифицируют как товары, не отнесенные к другим категориям).

В свое время Правительством СССР было принято решение «О введении с 1 января 1991 г. Гармонизированной системы описания и кодирования товаров в качестве основы Таможенного тарифа, комплекса мер нетарифного регулирования внешнеэкономических связей и статистики внешнеэкономических связей». Реализация этого решения была продолжена в России.

Большое значение для анализа ВЭС имеют объективность, надежность и полнота информации. Например, многие развивающиеся страны умышленно

искажают свою статистику с целью получения льготных кредитов или помощи от международных организаций, поэтому не всегда можно оценить реальные объемы их внешнеторговых операций.

Особое значение имел переход на таможенную статистику внешней торговли. Теперь исходными данными при оформлении статистики внешней торговли являются сведения, содержащиеся в:

— грузовых таможенных декларациях, заполняемых декларантами при таможенном оформлении товаров;
— формах федерального государственного статистического наблюдения о вывозе товаров в государства — члены Таможенного союза;
— расчетных данных по «неорганизованной» торговле, по нефти и газу, направляемых по трубопроводам.

Ведение статистики внешней торговли в настоящее время возложено на Государственный таможенный комитет (ГТК) РФ.

В основе формирования статистики внешней торговли, которую осуществляет ГТК, лежит Таможенный кодекс. Таможенная статистика должна базироваться на данных грузовых таможенных деклараций, а всеобщее декларирование было введено практически одновременно с Таможенным кодексом.

Благодаря этому экономико-статистическая информация, необходимая для анализа внешнеторговой сферы, приближена к международным стандартам и получила признаки однородности и сопоставимости.

Формы ВЭС и показатели, характеризующие их экономическую эффективность и роль в решении социальных задач

Для полноценного анализа внешнеэкономического положения страны необходимо изучить основные формы внешнеэкономических связей, которые использует страна: *внешнюю торговлю, инвестиции, кредитование, международные перевозки и т.д.*

Наращивание российского экспорта сложной машиностроительной продукции — одна из тех центральных внешнеэкономических проблем, пути решения которых в существенной мере зависят от сроков выхода экономики России из кризисного состояния.

Важный аспект этой проблемы — увеличение объемов реализации за рубеж отечественной оборонной продукции. В этом контексте следует отметить: не прекращая поставки вооружения своим традиционным покупателям (среди них выделяются Китай, Индия, Ангола, страны СНГ), Россия смогла пробиться на новые рынки вооружения (ОАЭ, Турция, Малайзия и Кувейт). В результате российский экспорт вооружения составил в 1993 году 3,4 млрд. долл., что примерно на 64% превысило уровень 1992 года. В 1995 году тенденция к росту данного показателя сохранится и, согласно оценкам компании «Росвооружение», с учетом подписанных контрактов с Малайзией, Индией и Кувейтом он достигнет 5–6 млрд. долл.[9]

---

[9] **Акищенцев С.** Российское оружие на новых рынках, или Чему учит малазийская сделка // РЭЖ. — 1994. — № 12. — С. 30.

Общая характеристика внешнеэкономических связей может быть получена с помощью следующих статистических показателей:
— динамика внешней торговли (объем товарооборота, экспорта, импорта);
— движение цен на экспортные и импортные товары;
— изменения в товарной и географической структуре товарооборота: доля товарных позиций (стран) в объеме внешней торговли;
— доля страны в мировом торговом обороте;
— иностранные инвестиции;
— динамика и структура внешнего долга;
— степень участия в международном разделении труда;
— значение внешнеэкономических связей для национального хозяйства;
— эффективность работы внешнеторговых организаций и всей внешнеэкономической деятельности.

Существует и такое понятие, как степень вовлеченности страны в мировые хозяйственные связи. Для характеристики этого используется целый ряд относительных величин-индикаторов. Они применяются при анализе ВЭД и ВЭС страны. Среди них:
— «душевой» объем внешней торговли (экспорта, импорта), то есть его величина на душу населения;
— соотношение объема ВЭД (внешней торговли) и внутреннего производства;
— показатель экспортной (импортной) составляющей в ВВП, а также по регионам;
— коэффициент относительной экспортной специализации (отношение доли той или иной товарной группы в экспорте страны к доле той же группы в мировом экспорте);
— коэффициент эластичности [подсчитывается путем деления индекса внешнеторгового оборота на индекс общественного продукта (НД промышленной продукции)];
— доля экспорта в производстве отдельных видов продукции в отраслях хозяйства, регионах, на предприятиях;
— доля импорта в потреблении отдельных видов продукции в отраслях хозяйства, регионах;
— доля импортной продукции в целом и по отдельным товарам в объеме продаж потребительских товаров;
— удельный вес страны в мировой торговле (экспорте, импорте) в целом и по отдельным товарным группам;
— географическая структура (удельный вес стран и регионов в общем объеме) внешней торговли (экспорта, импорта);
— объем, доля и структура иностранных инвестиций;
— деятельность иностранных и совместных предприятий;
— изменение «условий торговли», то есть изменение соотношения индексов экспортных и импортных цен.

Практически важно то, что многие из этих показателей могут применяться и применяются при экономическом анализе на уровне регионов, субъектов федерации и т.д.

Платежный баланс страны как обобщающий показатель мирохозяйственных связей. Направления и методы его анализа. Показатели состояния и изменения платежного баланса

Экономические отношения страны с другими государствами — важный аспект ее экономической политики. Их изучение в большинстве стран осуществляется с помощью платежного баланса. Платежный баланс представляет собой статистический отчет, в котором отражаются все внешнеэкономические операции данной страны с другими странами мира за определенный период. Он показывает, как в течение отчетного периода развивалась внешняя торговля, сколько доходов было получено из-за границы и сколько выплачено за рубеж. Платежный баланс позволяет проследить, как происходило привлечение иностранных инвестиций в экономику других стран. Платежный баланс показывает, как изменяется уровень международных резервов страны. Отсюда следует, что платежный баланс является одним из основных инструментов макроэкономического анализа и прогнозирования.

Платежный баланс — соотношение сумм денежных платежей, полученных страной из-за границы и уплаченных зарубежным партнерам за определенный период. Он представляет собой количественное и качественное выражение масштабов, структуры и характера внешнеэкономических связей государства. В платежный баланс, как правило, включаются платежи и поступления по внешнеторговым операциям, услугам (международные перевозки, страхование и др.), неторговым операциям, процентные суммы по кредитам, доходы и платежи по инвестициям, трансфертные платежи. Платежный баланс состоит из трех разделов:

I. Расчеты по текущим операциям:
— товарный экспорт;
— товарный импорт.
Сальдо баланса внешней торговли:
— экспорт услуг;
— импорт услуг.
Сальдо баланса торговли и услуг:
— чистые доходы от инвестиций;
— чистые денежные переводы.
Сальдо баланса по текущим операциям.

II. Движение капитала:
— экспорт капитала;
— импорт капитала.
Сальдо баланса движения капитала.
Сальдо баланса по текущим операциям и движению капитала.

III. Официальные резервы.

Платежный баланс является активным, если страна получила из-за границы платежей на бо́льшую сумму, чем произвела.

При обратном соотношении баланс пассивен. Платежный баланс как средство анализа внешнеэкономического положения страны имеет свою историю.

Еще до разработки современного вида платежного баланса государства использовали определенные системы регистрации внешнеэкономических поступлений. В эпоху меркантилизма платежный баланс носил, по существу, фискальный характер, поскольку отражал проводимую экономическую политику по расширению экспорта, сдерживанию импорта и накоплению золотого запаса. В настоящее время платежный баланс представляет большой интерес для исследования, поскольку является источником важнейшей информации, раскрывающей особенности участия страны в международном обмене товарами, услугами и капиталами. Сделка — это любой обмен, в котором товар, экономическая услуга или право собственности на активы переходят от резидента одной страны к резиденту другой.

Нефакторные услуги — это услуги, не связанные с предоставлением факторов производства (труд, капитал).

Основа платежного баланса — группировка всех видов сделок, результаты которых связаны с ростом потребностей в товарах и услугах (что выражается в оттоке валюты из страны) или поступлением иностранной валюты в страну.

Виды сделок:

— Экспорт товаров (все товары, пересекающие таможенную границу страны).
— Экспорт услуг (платежи за фрахт отечественных судов, обслуживание иностранных туристов и дипломатов, прибывающих в страну, и т.д.).
— Проценты и дивиденды, выплачиваемые национальным владельцам иностранных акций.
— Трансферты (переводы пенсий, зарплаты эмигрантам, правительственная или частная помощь иностранным государствам).
— Долго- и краткосрочные займы и инвестиции иностранных резидентов в стране (покупка иностранцами предприятий и недвижимости, внешние займы). Фактически это экспорт, но в специфической форме.
— Иностранные резервы (суммы валюты и иных резервов, приобретенных иностранными государствами у Центрального банка для создания собственных резервов).

Естественно, у каждого вида сделок имеется свой антипод!

Рассмотренные виды сделок условно объединяются в три группы:

а) счета по текущим операциям (1–2–3–4); в этой группе регистрируются операции, связанные с передачей права собственности на товары и услуги;
б) счета операций с капиталом и финансовыми инструментами (5); регистрируется передача права собственности на капитал;
в) счета официальных резервов (6); регистрируется приобретение официальных резервов в центральном банке страны.

Для того чтобы платежный баланс мог использоваться для экономического анализа, его данные должны быть определенным образом сгруппированы. К ряду основных классификационных категорий, учитываемых платежным балансом, относятся текущие операции, движение капитала и официальные резервы. В принципе существует унифицированная схема платежного баланса, публикуемая МВФ по структуре, одобренной ООН. Но каждая страна для решения какой-либо национальной задачи может использовать собственную схему.

Платежный баланс может быть представлен в нейтральном или аналитическом вариантах (т.е. когда выделяются операции, в результате которых возникает дефицит платежного баланса, и операции по его финансированию). По методике Центрального банка России за основу взят подход, когда финансирующими являются операции с резервными активами и так называемые операции исключительного финансирования (изменения просроченной задолженности, реструктуризация долга, официальные займы для финансирования дефицита платежного баланса и т.д.).

Отдельное место в экономическом анализе занимает баланс услуг, под которым понимают так называемые нефакторные услуги (включающие транспортировку, страхование, туризм, строительство, финансовые услуги). Однако использование этого баланса осложняется тем, что информацию о торговле услугами можно получить только в результате косвенных подсчетов, что ведет к задержке с его публикацией.

Анализ изменений в платежном балансе состоит в оценке соответствующих показателей (денежных обязательств и поступлений, резервов) по основным позициям, в том числе в сопоставлении с предшествующим периодом.

Резюме

Характерными чертами созременной международной торговли являются беспрецедентно высокие темпы ее роста при опережающем увеличении торговли услугами, концентрация товарного обмена в зоне промышленно развитых стран, повышение в мировом товарообороте доли промышленных, в первую очередь наукоемких, товаров.

Внешняя торговля России ни по своему объему, ни по структуре экспорта и импорта не корреспондирует с показателями мировой торговли и не соответствует экономическому потенциалу страны. Более полное использование ее конкурентных преимуществ возможно только в процессе возрождения экономики страны.

Для анализа состояния и развития внешнеэкономической сферы и ВЭД используется система показателей и оценок, принятая в международной практике.

Вопросы для самопроверки

1. *Какие экономико-статистические показатели применяются для оценки состояния (объемов, структуры, динамики) внешней торговли?*
2. *Что такое экспортно-импортная квота? Можно ли по аналогии определить суть импортной квоты?*
3. *Что понимается под «условиями торговли» в государственной протекционистской политике?*

Основные понятия

Товарная структура международной (внешней) торговли — доля товарных групп и отдельных товаров в общем ее объеме.

Географическая структура международной (внешней) торговли — доля групп стран и отдельных стран в общем объеме торговли.

Структура платежного баланса — состав статей платежного баланса по их доле в общем итоге.

Условия торговли («terms of trade») — показатель изменения выгод от внешней торговли для страны, характеризуемый соотношением индексов экспортных и импортных цен.

Литература

1. **Шишков Ю.** Тернистый путь России в мировую экономику // РЭЖ. — 1996. — № 1.
2. **Международные экономические отношения** / Под ред. В.Е. Рыбалкина. — М., 1997.
3. **Основы экономической теории и практика рыночных реформ в России** / Под ред. М.М. Загорулько. — М., 1997.
4. **Баканов М.И., Шеремет А.Д.** Теория экономического анализа. — М.,1996.
5. **В. Кулаков, А. Дрыночкин.** Анализ экономического положения зарубежных стран. Учебное пособие. — М., 1998.

Глава 7

Социально-экономические индикаторы уровня жизни населения. Параметры оценок и выводов

1. *Основное содержание понятия «уровень жизни населения»*
2. *Индикаторы уровня жизни*
3. *Прожиточный минимум*
4. *Состояние рынка труда. Аспекты анализа*

Основное содержание понятия «уровень жизни населения»

Среди основных макроэкономических показателей, характеризующих экономическое положение той или иной страны, блок социально-экономических показателей занимает довольно заметное место. Социальная политика, решение социальных проблем имеют очень большое значение для любого государства, ибо по результатам этой деятельности население судит о способности правительства управлять страной. Показатели социально-экономического положения населения являются неотъемлемыми компонентами социальных программ и используются в качестве инструмента измерения результатов влияния экономических реформ на уровень жизни населения. Вместе с тем необходимо учитывать, что экономическое положение населения выступает следствием не только социальной политики государства, но и общего уровня развития страны и текущей хозяйственной конъюнктуры.

В конвенции Международной организации труда (МОТ) «Об основных целях и нормах социальной политики» отмечается, что человек имеет право на такой жизненный уровень — включая пищу, одежду, жилье, медицинский уход и социальное обеспечение, — который необходим для поддержания здоровья и благосостояния его самого и его семьи, а также право на обеспечение на случай безработицы, инвалидности, вдовства или иного способа утраты средств к существованию по не зависящим от него обстоятельствам.

По рекомендации ООН, уровень жизни измеряется системой показателей, характеризующих здоровье, уровень потребления, занятость, образование, жилищные условия, социальное обеспечение.

Дать оценку уровню жизни населения можно с помощью совокупности величин, отражающих степень потребления населением материальных и духовных благ, что, естественно, обусловливается достигнутым уровнем развития производительных сил и теми социально-экономическими условиями, при которых потребности в этих благах удовлетворяются.

Учитывая разноразмерность и большое количество показателей, необходимых для анализа социального положения населения, вполне логичными выглядят попытки разработать некий обобщенный показатель уровня жизни населения. Исследования в этом направлении проводят различные организации. Например, специалистами Программы развития ООН (ПРООН) в качестве такого обобщающего индикатора был разработан так называемый индекс человеческого развития (ИЧР). Для его определения используются три величины: ВВП на душу населения (с учетом порога бедности), ожидаемая продолжительность жизни, уровень образования населения (от 25 лет и старше), которые соотносятся с максимальным в мире уровнем аналогичных показателей. Есть и другие предложения, но они до сих пор не получили массового признания.

Индикаторы уровня жизни

Социально-экономические индикаторы уровня жизни населения формируются на основе статистических данных, характеризующих объем, состав, основные направления использования и распределения между отдельными группами денежных доходов населения, а также с привлечением других данных, отражающих конечный результат экономической и социальной политики в областях, затрагивающих различные аспекты благосостояния населения.

Индикаторы уровня жизни выражаются через средние и медианные величины, темпы изменения, коэффициенты частоты, концентрации, дифференциации и покупательной способности, то есть через весьма специфические показатели.

В каждой стране статистические службы готовят свои перечни социально-экономических индикаторов уровня жизни населения, поэтому при проведении международных сопоставлений следует взвешенно подходить к публикуемым показателям, но для анализа на уровне одной страны имеющихся сведений, как правило, вполне достаточно.

Комплексный характер анализа уровня жизни обеспечивается при рассмотрении всех основных его компонентов в трех аспектах:

— сравнение с прошлыми годами и периодами;
— сопоставление с научными нормами (с рациональным, средним и минимальным потребительским бюджетом и т.п.);
— сравнение с другими государствами.

Одним из первых шагов, необходимых для анализа уровня жизни, является исследование доходов населения, поскольку, не имея доходов, невозможно потреблять те самые материальные и нематериальные блага, уровень потребления которых и свидетельствует о величине уровня жизни. Вторым этапом анализа является рассмотрение того, куда идут полученные доходы, то есть

структуры расходов населения. Следующим шагом является изучение занятости населения, так как для получения доходов необходимо где-то работать.

1-й этап. Доходы населения могут выступать в форме денег (зарплата, премии, доходы от собственности, проценты по вкладам, «теневые» доходы и т.д.), услуг, материальных ценностей в натуральной форме. Особое место в системе доходов населения занимают общественные фонды потребления, предназначенные для содержания и воспитания подрастающего поколения, подготовки кадров, охраны здоровья и отдыха населения, содержания престарелых и нетрудоспособных членов общества, культурно-бытового обслуживания.

С целью устранения фактора изменений цен номинальные денежные доходы и расходы населения рассчитываются в реальном выражении с корректировкой на индекс-дефлятор, отражающий изменение цен на различные компоненты денежных доходов населения. Результатом пересчета являются показатели, идентифицируемые в определениях как реальные (реальные денежные доходы, реальная заработная плата, реальный размер назначенной пенсии, реальные расходы на конечное потребление и т.п.). Пересчет в сопоставимые цены производится с использованием индексов потребительских цен, дифференцированных по группам населения с различным уровнем дохода.

Индексы потребительских цен (иногда используется понятие «индексы стоимости жизни») — важнейшие показатели, отражающие влияние колебаний цен на положение трудящихся, населения страны. Они представляют собой специфические индексы, подсчитанные по ценовым колебаниям определенного бюджетного набора потребительских товаров и услуг. Вопрос об индексах стоимости жизни имеет большое политическое значение. Трудящиеся ряда стран добились привязки ставок заработной платы к изменению индекса стоимости жизни.

Большое значение для анализа социальной сферы имеет изучение дифференциации доходов населения. Для решения этой задачи широкое распространение получили следующие показатели: *коэффициент фондов* (показывает, во сколько раз доходы 10% населения с наибольшими доходами превосходят доходы 10% беднейших) и *децильный коэффициент дифференциации* (показывает, во сколько раз минимальный доход 10% самых обеспеченных людей превышает максимальный доход 10% наименее обеспеченных) (см. табл. 1).

Реальные доходы населения включают в себя сумму всех денежных и натуральных доходов, изменение уровня цен на товары и услуги, бесплатные и частично платные услуги из общественных фондов.

Таблица 1

Показатели дифференциации доходов населения в России

	1985 г.	1990 г.	1991 г.	1992 г.	1993 г.	1994 г.	1995 г.	1996 г.
Коэффициент фондов в России	...	4,4	4,5	8,0	11,2	15,1	13,5	13,0
Децильный коэффициент дифференциации в России	3,4	4,2	4,4	7,3	8,5	13,9	...	...

Источники: **Вопросы статистики**. — 1997. — № 2. — С. 65; **Политэконом**. — 1996. — № 1. — С. 34; **Статистическое обозрение**. — 1997. — № 1. — С. 87.

На 1 сентября 1996 г. максимальный средний доход населения составлял 2628 тыс. руб. (Москва).

Разумеется, переход к рынку не мог не вызвать роста различий в материальной обеспеченности отдельных слоев и групп населения, но темпы увеличения разрыва превзошли возможности нормальной адаптации к ним среднего человека. Отрадно видеть, что за последние два года скорость дифференциации несколько замедлилась.

2-й этап. Конечное потребление населения включает потребление за счет натуральных доходов и денежных средств, потребление лиц, находящихся на полном государственном обеспечении. Кроме того, учитываются государственные расходы на нужды здравоохранения, образования, культуры, социального обеспечения, а также покупки граждан за границей (за минусом покупок иностранными гражданами на отечественном рынке). Потребление населения изучается статистикой в натуральном, условно-натуральном и стоимостном выражении.

Подобное исследование важно потому, что позволяет косвенно судить о способе и уровне производства, о порядке и структуре распределения.

Потребление населения не ограничивается только материальными благами, оно охватывает и сферу услуг. Потребление услуг изучается с помощью показателей их объема, состава, качества; при этом используются как стоимостные, так и натуральные (условно-натуральные) показатели уровня услуг в расчете на душу населения или на одного проживающего.

При рассмотрении расходов населения важно оценить его расходы на особенно существенные компоненты уровня жизни, к которым относятся:

1. Уровень и структура потребления продуктов питания.
2. Уровень потребления одежды, обуви и других видов товаров и услуг.
3. Уровень развития здравоохранения.
4. Уровень развития образования и воспитания.
5. Транспортное обеспечение.
6. Обеспечение жильем.
7. Свободное время и его использование.
8. Уровень социального обеспечения.

Естественно, каждый из названных элементов имеет собственные показатели, характеризующие соответственную отрасль социальной сферы. В качестве примеров можно привести следующие:

Питание

9. Общий и подушевой объем розничного товарооборота.
10. Калорийность.
11. Среднесуточное количество на душу населения килокалорий и граммов белков, в том числе животного происхождения.

Домашнее имущество

12. Накопление у населения одежды, обуви, мебели, домашней техники и утвари (на душу населения, на 100 семей и т.п.).

Здоровье и здравоохранение

13. Показатели заболеваемости: дни нетрудоспособности, контингент больных и т.п.
14. Показатели здравоохранения: число и структура медицинских учреждений, их оснащенность, количество врачей и т.п.
15. Показатели инвалидности и производственного травматизма.

Образование

16. Типы образовательных учреждений: дошкольное образовательное учреждение, начальное, среднее, вечернее, высшее и т.д.
17. Образовательные учреждения по формам собственности: государственное, частное, муниципальное и т.д.
18. Численность учащихся, конкурс, выпуск и т.п.
19. Материальная база образовательных учреждений.
20. Расходы по содержанию детей в дошкольных, школьных, высших и т.п. учебных заведениях.

Транспортное обеспечение

21. Плата за проезд и провоз багажа.
22. Плата за пользование постельным бельем.
23. Расходы на городской автомобильный и электрический транспорт.

Жилище (обеспеченность жильем)

24. Жилищный фонд (общая площадь, площадь на душу населения, среднее количество комнат на человека, средний размер новых квартир (*кв. м.*).
25. Перспективы получения (приобретения) жилья.
26. Уровень и динамика платы за жилье и коммунальные услуги.

Уровень культуры

27. Средний срок обучения одного человека 25 лет и старше (обобщающий показатель уровня культуры, принятый в мировом сообществе).
28. Типы учреждений культуры (библиотеки, музеи, кинотеатры и т.п.).
29. Показатели «пользования» (наполняемость читального зала, читаемость, вместимость концертного зала и т.п.).
30. Объем средств, выделяемых на культуру.
31. Оплата населением входных билетов на кино- и видеосеансы, спектакли, выставки, концерты и т.д.

(В 1991–1993 гг. из-за недостатка финансовых и материально-технических ресурсов в РФ и других странах СНГ наблюдается процесс известной деградации культуры: сократилось число студентов, существенно уменьшилась издательская деятельность, закрылись многие библиотеки и дома культуры, снизилась посещаемость театров, кинотеатров и музеев. Относительно ниже стал цениться умственный труд.)

Использование свободного времени

32. Количество и структура учреждений отдыха, туризма, спорта.
33. Стоимость путевок в туристические, санаторно-курортные и оздоровительные учреждения.
34. Расходы на экскурсионное, культурно-массовое и тому подобное обслуживание.

Факторы растущей поляризации:

35. Рост различий в оплате труда по всем направлениям: между регионами, отдельными группами работников, отраслями, между предприятиями разной формы собственности и т.д.
36. Источником получения доходов является не только труд, но и наличие собственности (по России доля зарплаты в структуре доходов снизилась с 76% в 1989 г. до 60% в 1994 г.; по Москве ситуация еще острее — см. табл. 2).
37. Подобные различия были и при социализме, однако тщательно скрывались. Эффект прорвавшегося шлюза. В советское время не только не публиковались

сведения о численности населения с доходами ниже прожиточного минимума, но и сама величина прожиточного минимума была государственной тайной.

Прожиточный минимум

Отдельным вопросом при анализе доходов населения является определение величины прожиточного минимума.

Величина прожиточного минимума является показателем абсолютного измерения низких доходов с использованием нормативов потребления важнейших благ и услуг на минимально допустимом уровне и представляет собой суммарную стоимостную оценку продуктового набора (так называемой «продовольственной корзины») и соответствующей ей по доле затрат стоимости непродовольственных товаров и услуг с добавлением величины налогов. Нормативы потребления устанавливаются по фактической структуре расходов у 10% наименее обеспеченных слоев населения. Кроме того, в России из-за ее большой территории величина прожиточного минимума дифференцируется по восьми природно-климатическим зонам. До 1992 года существовало понятие «минимум материальной обеспеченности», то есть другие отсекающие границы. Отсюда сложности с сопоставлением данных до и после 1992 года.

Следующим этапом анализа является рассмотрение численности населения с доходами ниже прожиточного минимума, то есть находящегося за чертой бедности.

Таблица 2

Доля населения России, находящегося за чертой бедности
(в %)

1993 г.	1994 г.	1995 г. 1-й квартал	1995 г. 1–3-й квартал	1996 г. 1–3-й квартал
33,5	34,7	37,5	22,0	20,4

Источники: **Политэконом**. — 1996. — № 1. — С. 35; **Финансовые известия**. — 1996. — 1 окт.

Определенный интерес для анализа представляет исследование соотношения уровня заработной платы и прожиточного минимума и их динамики. Следует иметь в виду, что по методике ОЭСР к низкооплачиваемым относятся работники, чья заработная плата составляет $^2/_3$ от среднего уровня зарплаты в стране.

Состояние рынка труда. Аспекты анализа

Уровень жизни населения во многом определяется стабильностью получения доходов. Отсюда вытекает необходимость исследования экономически активного населения страны, занятости и безработицы.

Под экономически активным населением понимается та его часть, которая обеспечивает предложение рабочей силы для производства товаров и услуг в общей численности населения страны, включая занятых и безработных. В его структуре выделяются лица, работающие не по найму, и наемные работники.

При изучении занятости рассматривается динамика общей численности занятых, ее структура по видам деятельности (основная работа, дополнительная работа, неполная видимая занятость).

Большое значение имеет изучение уровня безработицы в стране, представляющего удельный вес числа безработных в экономически активном населении.

В России применяется несколько вариантов оценки численности безработицы:

1. По методологии МОТ.
2. По факту регистрации в службах занятости.
3. По факту получения пособий по безработице.
4. Находящиеся в состоянии частичной безработицы.

Применение разных методик меняет оценку масштабов безработицы: колебания отмечаются в интервале от 1,2 до 10,1 млн. человек, или от 3 до 15% к общей численности занятых. Но объединяет все эти данные одно: они интенсивно растут в динамике. В то же время численность занятых имеет противоположную тенденцию — снижение.

Особой задачей являются аналитические оценки по регионам, субъектам государственности, в том числе в сравнительном плане, на фоне общестрановых показателей.

Резюме

Социально-экономическое положение населения и его развитие характеризуются рядом показателей. Важнейший среди них — уровень жизни. Для оценки уровня жизни применяется система статистических данных об объемах, составе и основных направлениях использования и распределения денежных доходов между отдельными группами населения, а также объемов и структуры их расходов. Одна из задач анализа — выявление дифференциации денежных доходов и тенденций ее динамики. Особый вопрос аналитической проработки связан с определением прожиточного минимума и сопоставлением с ним фактических денежных доходов населения.

Вопросы для самопроверки

1. *Что включает понятие «уровень жизни»?*
2. *Охарактеризуйте основные этапы анализа и показатели уровня жизни.*
3. *В чем проявляется дифференциация доходов населения?*

Основные понятия

Дифференциация доходов населения — разброс групп населения по уровню денежных доходов.

Прожиточный минимум — стоимостная оценка натурального набора продуктов питания, учитывающего диетологические ограничения и обеспечивающего минимально необходимое количество калорий, а также расходов на непродовольственные товары и услуги, налоги и обязательные платежи, исходя из доли затрат на эти цели в бюджетах 10% наименее обеспеченных домашних хозяйств. Может применяться как нормативный, законодательный параметр.

Литература

В. Кулаков, А. Дрыночкин. Анализ экономического положения зарубежных стран. Учебное пособие. — М., 1998.

Глава 8

Направления и особенности экономического анализа экологической среды

1. *Общество и окружающая природная среда. Основные аспекты природопользования и охраны окружающей среды*
2. *Анализ состояния экологической среды. Направления, система показателей и оценок*
3. *Система экономического регулирования природопользования и охраны окружающей среды. Направления ее аналитического изучения*
4. *Экономические оценки природных ресурсов*

Общество и окружающая природная среда. Основные аспекты природопользования и охраны окружающей среды

Рост населения Земли, интенсификация использования естественных ресурсов, добычи природных богатств, обеднение и загрязнение среды обитания приводят к коренным изменениям в условиях существования человечества и околоземного пространства. Экология переросла в первоочередную глобальную проблему, имеющую особые экономические аспекты. Если не будут приняты меры по предотвращению загрязнения окружающей среды, сохранению и восстановлению природных ресурсов, то существующий экологический кризис может перерасти во всеобщую катастрофу.

С учетом исключительной масштабности и значения экологические проблемы изучаются и решаются на международном, национальном и региональном уровнях. В рамках мирового сообщества ООН приняла ряд важных между-

народных конвенций по окружающей среде, изучила проблемы истребления лесов, деградации почв, загрязнения атмосферы и Мирового океана, выявила «вклад» отдельных стран в эти процессы.

Предпринимаются международные усилия по ограничению пагубного воздействия экологических факторов на процесс мирового развития. О последнем свидетельствует и прошедшая в декабре 1997 года в Киото представительная конференция с участием более 120 стран под эгидой ООН.

Но в каждом отдельном случае эти проблемы имеют конкретную специфику, зависящую от комплекса географических особенностей той или иной территории, поэтому необходим региональный анализ экологических проблем. Анализ нужен не только для выявления общегеографических закономерностей их генезиса, но и для практической организации природоохранных мер в каждом конкретном регионе, совершенствования в нем систем природопользования ради поддержания высокого качества окружающей среды.

Экологическая ситуация, в которой функционирует современная экономика, нуждается в комплексном рассмотрении, систематическом анализе и оценке. При этом должны учитываться, с одной стороны, экологические требования к экономике, а с другой стороны, экономические — к экологии. Проблему охраны природы следует рассматривать в различных аспектах: социально-политическом, правовом, технико-технологическом, эколого-экономическом и т.п.

Социально-политический аспект связан с решением проблемы охраны природы в масштабах всего человечества при наличии разных социальных систем. Возникновение социально-политической проблемы создания и внедрения в глобальном масштабе природоохранных мер по предотвращению истощения ресурсов и загрязнения среды обусловлено объективными факторами.

Во-первых, в связи с неделимостью биосферы загрязнение природной среды невозможно удерживать в территориальных границах страны, в которой это происходит. Во-вторых, каким бы мощным экономическим и научно-техническим потенциалом ни обладала отдельная страна, она не может полностью решить такую сложную и многогранную проблему, поэтому требуется принятие необходимых мер не только на национальном, но и на международном уровне. Международные научно-технические связи начали устанавливаться как на многосторонней, так и на двусторонней основе. Россия, например, сотрудничает со странами «ближнего зарубежья», разрабатывая научную проблему «Гигиенические аспекты охраны окружающей среды». В число проблем, разрабатываемых странами СНГ, входит «Охрана недр и рациональное использование природных ресурсов, связанных с охраной и улучшением окружающей среды». Россия сотрудничает также с рядом ведущих стран (США, Англия, Франция, Швеция). Она активно участвует в осуществлении программ ООН по окружающей среде.

Правовую основу охраны окружающей среды можно сформулировать как установленную законом систему мер, направленных на охрану окружающей среды и рациональное использование, восстановление и умножение природных богатств. Так, например, в России правовая основа охраны природы базируется на ряде принципов, среди которых наиболее важны следующие: природные ресурсы составляют государственную собственность и предоставляются только

в пользование; охране подлежат все объекты природы — как вовлеченные в хозяйственный оборот, так и неэксплуатируемые; рациональное использование природных ресурсов; контроль за рациональным использованием природных ресурсов и охраной природы; ответственность за несоблюдение законодательства об охране природы.

Технико-технологический аспект охраны природы предполагает организацию производства по принципу безотходности. Реальный путь экологизации технологии — это постепенный переход сначала к малоотходным, а затем к безотходным замкнутым циклам. Этим могут быть достигнуты рациональное природопользование и охрана окружающей среды.

Эколого-экономический аспект охраны природы стал формироваться относительно недавно. Его возникновение и развитие обусловлены бурным ростом производства и научно-техническим прогрессом. Когда масштабы хозяйственной деятельности людей неизмеримо выросли, изменения природного равновесия стали отражаться на развитии народного хозяйства (вследствие недостаточного учета экологического фактора) и проблема охраны природы приобрела большое экономическое значение.

Современные темпы экономического развития обострили проблему ограниченности природных ресурсов, в связи с чем возникла необходимость учета экологических требований к экономике. Само экономическое развитие внутренне противоречиво: с одной стороны, оно порождает ряд острых экологических проблем, а с другой — в самом экономическом развитии заложена основа для устранения этих противоречий. Существует связь двух систем: общественного производства и окружающей среды. Необходимо обеспечить такое взаимодействие, при котором высокие темпы расширенного воспроизводства, экономического роста и повышение народного благосостояния сочетались бы не только с сохранением, но и с непременным улучшением и развитием всей окружающей среды.

При анализе экологической ситуации правомерно исходить из двоякого ее воздействия на хозяйственные процессы, экономический рост: прямое негативное влияние (исчерпание и ухудшение ресурсов, отрицательное значение для жизнедеятельности и т.п.) и косвенное (резкое и масштабное увеличение затрат общества на поддержание здоровой экономической среды, препятствование ее ухудшению и на ликвидацию последствий загрязнения). Тем самым определяются направления, методы и показатели экономического анализа положения в этой сфере.

Анализ состояния экологической среды. Направления, система показателей и оценок

Экономика природопользования отражает складывающиеся хозяйственные отношения в процессе использования, воспроизводства природных ресурсов и охраны окружающей среды. Она тесно связана с экономикой страны и формирует исходную информацию о необходимости использования природных ресурсов при решении задач эффективного развития производства и, как правило, не может быть ограничена национальными рамками.

Рациональное природопользование — это система индивидуальных, общественных и международных мероприятий, направленных на планомерное поддержание и преумножение природных ресурсов, улучшение производственных основ продуктивности почв, вод, воздуха, растений, животных, а также других факторов производства. Объективные предпосылки формирования экономики природопользования в основном ассоциируются с общественно-трудовой и индивидуальной деятельностью, которая является одним из существенных факторов воздействия на окружающую среду, ее изменения в эпоху научно-технического прогресса.

Это предопределяет широкий набор индикаторов общего и частного характера, используемых для анализа экономической среды на различных уровнях.

Для того чтобы эколого-экономическая система функционировала эффективно, следует учитывать влияние трех основных ее составляющих: общества, жизнедеятельности, окружающей природной среды.

Общество характеризуется следующими показателями: население, его численность, распределение, естественный прирост, миграция, структура занятости, повышение уровня жизни, сохранность качества окружающей среды, охрана здоровья, общественное благосостояние, продолжительность жизни, условия жизни, работы. По мере роста численности населения повышается уровень жизни людей, а также растут требования к сохранению окружающей среды. В большинстве случаев названные показатели имеют количественное значение (темпы роста, структура, удельные величины и т.д.).

Жизнедеятельность включает все аспекты деятельности общества как производственного характера (добыча полезных ископаемых, обрабатывающая промышленность, строительство, транспорт, сельское, водное хозяйство, экономика моря), так и непроизводственного (сфера обслуживания, образование, наука, культура и т.п.). Здесь также используется весьма широкий набор количественных индикаторов (объемы, темпы роста добычи, производства и потребления, в том числе в сопоставлении с имеющимися и потенциальными ресурсами).

Окружающая природная среда определяет уровень антропогенного воздействия на социально-экономическое развитие общества, влияние окружающей среды на здоровье и условия жизни, развитие производства и сферы обслуживания. Разработана следующая классификация природной среды:

— естественная — районы охраняемые, не освоенные, почти не заселенные;
— преобразованная — районы сельскохозяйственные, лесные, курортные;
— искусственная (индустриально-городская) — районы строительства, населенные пункты, урбанизированные зоны, зоны производственной инфраструктуры.

Все три компонента эколого-экономической системы связаны между собой.

К сожалению, именно хозяйственная деятельность человека привела к истощению природных ресурсов, загрязнению окружающей среды. Анализ статистической информации свидетельствует о том, что в настоящее время состояние окружающей среды, особенно в экономически развитых промышленных районах, крайне неудовлетворительно.

Воздушный бассейн. В атмосфере за последнее десятилетие накопилось около 20 млн. *т* пылевых частиц, 600 тыс. *т* меди, 4,5 млн. *т* свинца, 3 млн. *т* цинка.

К основным загрязнителям атмосферы относятся углекислый газ, оксид углерода, диоксиды серы и азота, метан, галогенуглероды (фреоны), способные влиять на температурный режим атмосферы. Из-за большого поступления в атмосферу этих газов создается «парниковый эффект». Изменение газового баланса атмосферы в связи с увеличением содержания парниковых газов уже привело к тому, что по сравнению с концом XIX века среднегодовая температура воздуха у поверхности Земли увеличилась на 0,5–0,6°С, а в результате к 2000 году средняя температура воздуха повысится на 1,2°С по сравнению с доиндустриальной эпохой. Такое потепление климата приведет к увеличению таяния ледников и к повышению уровня Мирового океана, а также ко всем вытекающим отсюда последствиям. Только за последние 40 лет мировой объем эмиссии углерода вырос в 4 раза (CO_2 достиг 6 млрд. *т*). В таблице 1 приведены данные по размерам выбросов углерода в 80-е и 90-е годы.

Таблица 1

«Первая десятка» стран по размерам выбросов углерода в конце 80 — начале 90-х годов

Страна	Объем выбросов, в млн. *т*	В расчете на душу населения, в *т*
США	1220	5,0
Россия	800	5,4
Китай	600	0,6
Бразилия	335	2,2
Япония	250	2,1
ФРГ	180	3,0
Великобритания	155	2,7
Индия	150	0,2
Польша	130	1,4
Канада	110	4,2

Совершенно очевидно, что основную ответственность за эти выбросы несут экономически развитые страны Северного полушария, на долю которых приходится основная часть выбросов. По последним оценкам, на США приходится 25% выбросов, страны ЕС — 14, страны СНГ — 13, Японию — 5%. Но уже в «первую десятку» входят и развивающиеся страны — Китай, Бразилия, Индия.

В результате чрезмерного применения фреонов в производстве и быту происходит истощение озонового слоя, что, в свою очередь, приводит к возникновению «озоновых дыр». Фреоны (соединения, известные как хлорфторуглероды), попадая в атмосферу, интенсивно разрушают озон. Эти газы служат хладагентами в холодильниках и кондиционерах, распылителями для аэрозольных смесей и т.д. Производство и использование хладагентов в мире ограничивается принятым в 1987 году Монреальским протоколом, который предусматривает сокращение, а к 2000 году — полное прекращение выпуска хладагентов. В России Указом Президента РФ от 1 апреля 1996 г. также утверждена Конвенция, предусматривающая контроль за производством хлорфторуглеродов.

За последние 20 лет в связи с ростом выбросов фреонов защитный озоновый слой атмосферы уменьшился примерно на 2%. А уменьшение озонового слоя всего на 1% приводит к усилению ультрафиолетового излучения на 2%.

Структура капитальных вложений на охрану атмосферы по отраслям промышленности относительно стабильна. Более 80% капиталовложений направляется в шесть отраслей промышленности — основных загрязнителей атмосферы: в черную металлургию — 22–25%, цветную металлургию — 26–27, химическую промышленность — 22, электроэнергетику — 12, промышленность строительных материалов — 5, в лесной комплекс — 1%.

Как видим, в ходе экономического анализа экологии используются некоторые индикаторы, ставшие традиционными: объемы выбросов, содержание вредных веществ в выбросах, производство и доля аэрозольных веществ и фреонов; отраслевая, страновая структура загрязнителей атмосферы.

Почва. С середины XX века мир потерял почти $^1/_5$ верхнего слоя почв на обрабатываемых землях; ежегодно разрушается 24 млрд. *т* почвенного покрова Земли; уничтожено $^1/_5$ площади влажнотропических лесов. Площадь земельных ресурсов мира составляет 129 млн. *кв. км*, или 85% площади суши. Пашня и многолетние насаждения в составе сельскохозяйственных угодий занимают около 15 млн. *кв. км* (10% суши), сенокосы и пастбища — 37,4 млн. *кв. км* (25%). Общая площадь пахотно-пригодных земель оценивается до 32 млн. *кв. км*.

Земельные ресурсы планеты позволяют обеспечить продуктами питания число людей, превышающее население Земли в настоящем и будущем. Но в связи с ростом населения, особенно в развивающихся странах, количество пашни на душу населения сокращается. Еще 15 лет назад душевая обеспеченность пашней населения Земли составляла 0,45–0,5 *га*, а в настоящее время она составляет уже 0,35–0,37 *га*. Для Канады душевая обеспеченность пашней составляет 1,4 *га*, США — 0,63, ФРГ — 0,15, Японии — 0,04 *га*. Для России обеспеченность пашней на душу населения в настоящее время достигает 0,82 *га*.

Земельный фонд России на конец 1992 года составил 1709,6 млн. *га*, в том числе:

— земли сельскохозяйственных предприятий и граждан — 38%;
— земли населенных пунктов — 0,4%;
— земли промышленности, транспорта и т.д. — 1%;
— земли природно-заповедного фонда — 1,2%;
— земли лесного фонда — 51,4%;
— земли водного фонда — 1%;
— земли запаса — 6,9%.

За последние 27 лет площадь сельскохозяйственных угодий сократилась на 12,4 млн. *га*, пашни — на 2,3 млн., сенокосов — на 10,6 млн. *га*. Причинами уменьшения площади сельхозугодий являются взаимосвязанные экологические проблемы:

— нарушение и деградация почвенного покрова;
— отвод земель под застройку городов, поселков и промышленных предприятий;
— промышленное и сельскохозяйственное загрязнение среды (вод, воздуха, почв).

Улучшить экологическую обстановку можно, совершенствуя технологии (малоотходное и безотходное производство, почвозащитные системы земледе-

лия), а также уменьшая общую техногенную нагрузку на территорию путем трансформации структуры использования земель. Приоритет должен быть отдан землям, выполняющим природоохранную и ресурсоформирующую функции.

Для анализа этого экологического блока также применяется определенный набор показателей и методов оценки. Это относится к размерам и динамике земельных площадей, их структуре, индикаторам направлений и способов их использования, масштабам, динамике и качеству рекультивации. Здесь большое значение приобретают сведения о плодородности и ее динамике, вовлечении в хозяйственный оборот пустынных земель, приполярных и горных территорий и т.д. Необходимо, чтобы это с достаточной полнотой отражалось в достоверной статистике.

Вода. Деградация водной среды в наши дни также приняла глобальный характер. Около 1,3 млрд. человек пользуются в быту только загрязненной водой, что служит причиной многих эпидемических заболеваний. Увеличивающиеся масштабы водопотребления приводят к стремительному росту сброса промышленных, сельскохозяйственных и коммунально-бытовых сточных вод во внутренние водоемы и окраинные моря. Только за последние 20 лет объем их увеличился с 35 до 150 *куб.км* в год, то есть почти в 5 раз. К 2000 году предполагается дальнейшее их увеличение в 25 раз. При этом более 40 *куб.км* сбрасываются вообще без какой-либо очистки. В России кризисная экологическая ситуация сложилась на Балтийском море, Байкале, Ладожском озере.

Одним из факторов повышения эффективности водоохранной деятельности является улучшение использования очистных сооружений, что возможно в результате сокращения сроков их освоения, более полного их использования, строгого соблюдения технологии очистки. Рыночным методом регулирования природоохранной деятельности является плата за загрязнение. Платит «загрязнитель». В настоящее время водопользование является платным практически во всех развитых странах.

Ископаемые и энергетические ресурсы. Время, когда природа казалась неисчерпаемой, миновало. Стало ясно, что природные ресурсы ограниченны. В настоящее время горнодобывающая промышленность выдает в год более 40 *т* продукции в расчете на одного жителя Земли. И это при том, что рост энергоемкости и материалоемкости современного производства значительно опережает рост численности населения. Потребление энергии растет в 3 раза, а добыча минеральных ресурсов в 2 раза быстрее, чем население.

Таблица 2

Производство энергии из источников (млн. *т*)

Вид	1980 г.	1985 г.	1990 г.	1995 г.
Уголь	961,4	1015,1	1054,9	984,0
Нефть	840,5	979,2	915,8	1002,1
Газ	718,7	663,6	716,3	824,6
Атомная энергия	161,1	326,3	446,7	531,7

Развитие современного производства, и прежде всего промышленности, базируется на использовании ископаемого сырья. На первом месте стоят источники топлива и энергетики.

Из высококачественных видов топлива на первом месте находится нефть, на долю которой приходится 63%. Но в связи с ограниченностью ее запасов, выработанностью легкодоступных месторождений нефти, а также более эффективным использованием нефти как сырья в химической промышленности возникла проблема развития других отраслей топливно-энергетического комплекса. Повышение цен на нефть также повлияло на потребление нефтепродуктов, их удельный вес в потреблении стал сокращаться. Но несмотря на снижение добычи нефти, объем вредных выбросов предприятий этой отрасли по-прежнему велик. Так, в России в 1993 году объем вредных выбросов в атмосферу составил 1,9 млн. *т*. Ежегодно предприятия отрасли выбрасывают в атмосферу загрязняющих веществ около 9–10% валового выброса в целом.

Другим важным топливно-энергетическим ресурсом является природный газ. Затраты на его добычу и транспортировку ниже, чем, например, для твердых видов топлива, а области использования гораздо шире. Добыча газа постоянно увеличивается. В России в 1990 году она составила 608 млрд. *куб.м*, в 1991-м — 643,4 и в 1993-м — 619 млрд. *куб.м*, а выбросы вредных веществ составили в 1991 году 3,5 млн. *т*, а в 1992-м — 2,1 млн. *т*. Всего на долю предприятий газовой отрасли приходится около 20% выбрасываемых вредных веществ от стационарных источников.

Статистические наблюдения и экономический анализ в этой экологической сфере предполагают использование наряду с традиционными, указанными выше показателями и некоторых специфических: во-первых, показателей, учитывающих состав природных ресурсов, ископаемых, с точки зрения экологической чистоты и безопасности; во-вторых, структуру источников энергии по степени экологической вредности; в-третьих, степень истощения, выработки природных запасов, особенно невоспроизводимых и незаменимых ресурсов.

Лесные ресурсы. Лесное хозяйство — самостоятельная отрасль общественного производства, которая занимается выращиванием и охраной лесов, их эксплуатацией, охраной и воспроизводством. Леса страдают от загрязнения воздуха газами и пылью из дымовых труб промышленных предприятий, электростанций, городского хозяйства. Гибель лесов означает большие потери для экономики. Древесина — один из наиболее дешевых материалов. И именно это способствует расточительному к ней отношению. Кроме того, за счет вырубки лесов расширяются сельскохозяйственные угодья и пастбищное животноводство, продолжается хищнический лесоповал.

Сокращение и гибель лесных ресурсов являются и дополнительным фактором ухудшения экологической ситуации, так как леса — природный очиститель и компонент равновесия естественной среды (водного, воздушного, климатического режима).

На нашей планете существовало 6 млрд. *га* лесов. В конце XX века осталось 4 млрд. Почти 50% лесных массивов исчезло за 40 лет (с 1950 по 1990 г.).

Россия располагает обширными лесными массивами умеренного пояса (около 1 млрд. *га*). За последние 20 лет площадь лесных массивов в России уменьшилась почти на 25%. Все леса России находятся в исключительной собственности государства и образуют единый государственный лесной фонд. Процесс лесо-

пользования включает не только извлечение и использование ресурсов леса, но и их возобновление и улучшение. Поэтому в основе развития лесопромышленного комплекса должно быть рациональное использование древесного сырья на основе его комплексной и полной переработки.

При аналитическом изучении и экономико-экологической оценке лесного хозяйства также применяется ряд индикаторов, учитывающих его особенности. Это объемы и систематичность очистительных, плановых вырубок, масштабы и динамика лесовосстановительных работ, мероприятий по улучшению структуры лесов и т.п.

Транспортно-дорожный комплекс является мощным источником загрязнения природной среды. Из 35 млн. *т* вредных выбросов 89% приходится на выбросы предприятий автомобильного транспорта и дорожно-строительного комплекса, 8 — на железнодорожный транспорт, около 2 — на авиатранспорт и 1% — на водный транспорт.

Сейчас на Земле эксплуатируется около 300 млн. автомобилей, а к 2000 году ожидается увеличение их числа до 900 млн. В настоящее время на долю транспорта приходится больше половины всех вредных выбросов в окружающую среду, которые являются главным источником загрязнения атмосферы, особенно в крупных городах.

Отходы производства и потребления представляют собой серьезную экологическую проблему. Только в России общее количество накопленных отходов составляет около 50 млрд. *т*, ежегодно их образуется свыше 4,5 млрд. *т*, а под их складирование занято более 250 тыс. *га* земельной площади. Проблема отходов для России усугубляется тем, что страна может превратиться в свалку отходов из западных государств. Около 4000 *т* отходов из этих стран благополучно было доставлено и размещено на территории России, в том числе радиоактивные, ртутные и другие вредные отходы.

Современное производство, взяв от природы 100 единиц вещества, использует 3–4, а 96 единиц выбрасывает в природу в виде отходов и отравляющих веществ. Становится очевидно, что в целом идет наступление на окружающую среду, и, видимо, эта тенденция в ближайшие десятилетия сохранится.

Система экономического регулирования природопользования и охраны окружающей среды. Направления ее аналитического изучения

Поскольку экологические проблемы не могут решаться без активного и комплексного участия государства, а также согласованных и масштабных международных мер, изучение их — составная часть экономического анализа.

Природопользование — это рациональное использование природных ресурсов и условий окружающей природной среды, их воспроизводство и охрана. Общественная полезность каждого элемента природной среды есть потребительное благо, которое должно быть оценено, подсчитано, использовано в виде норматива экологического управления (защиты) природной среды. Продуктом капиталовложений природоохранного характера является продукт особого рода — экологически чистая природная среда, сохранение и приумножение темпов прироста воспроизводства ресурсов либо их сбережение на высокоэффективной основе. Поддержание оптимальных пропорций в общественном потреблении и

воспроизводстве природных ресурсов обеспечивает народнохозяйственную окупаемость затрат природоохранного характера и нормативную (отраслевую) прибыль, как и в любой другой сфере материального производства.

Понятие природных ресурсов — специфическая экономическая категория, и требуются их классификация, учет, оценки, контроль за состоянием и использованием, охраной и воспроизводством. Охрана природной среды является самостоятельной, специфической производственной деятельностью, которая должна опираться на соответствующую ей экономическую и правовую нормативную основу.

Нормативное обеспечение природных ресурсов включает:

— стандартизированную классификацию природных ресурсов;
— нормативные определения эффективных направлений использования, охраны, воспроизводства;
— стандартизированную характеристику, унифицированные методы контроля и слежения за состоянием окружающей среды.

При проведении анализа количественного и качественного состояния природных ресурсов применяют экономические оценки природных ресурсов.

Экономические оценки природных ресурсов бывают: кадастровыми, нормативными, экспертными, планово-перспективными и др. Кадастровые и экспертные оценки применяются на региональном и народнохозяйственном уровнях; нормативные — при установлении размеров экономического стимулирования и определении народнохозяйственного и хозрасчетного эффекта (текущая деятельность действующих предприятий, перевооружение, реконструкция за счет собственных средств и кредитов); планово-перспективные — при разработке и внедрении новых технологических способов очистки вредных выбросов, использовании новых научно-технических решений.

Оценка ресурса определяется в общем случае в виде разности между ценой конечной продукции и индивидуальными затратами на ее получение.

В зависимости от способа измерения ущерба от нерационального использования природных ресурсов, а значит, загрязнения окружающей среды применяются следующие методы экономической оценки:

— пересчет в денежное выражение натуральных показателей ущерба;
— пересчет в денежное выражение показателей условной нагрузки на реципиенты.

Рассмотрим цели природоохранных и ресурсосберегающих проектов — соблюдение нормативных требований к качеству окружающей среды с учетом развития всех процессов и получение максимальной экономической эффективности от улучшения среды обитания.

Ущерб от загрязнения среды обитания может быть представлен в натуральном виде (по реципиентам) и в условных единицах (условные тонны, баллы и т.п.) нагрузки на реципиенты при данном уровне загрязнения.

Эффект в результате проведения природоохранной или ресурсосберегательной деятельности может быть народнохозяйственным и хозрасчетным. Хозрасчетный определяется в годовом или среднегодовом исчислении, народнохозяйственный исчисляется за весь период получения результата с учетом фактора времени.

Хозяйственные стимулы для природной и ресурсосберегательной деятельности обеспечиваются системой нормативов экономического вознаграждения за достижение установленных норм и отсутствие штрафных платежей.

Штрафные платежи и возмещение ущерба от загрязнения среды обитания вследствие превышения предприятиями установленных нормативов вредных выбросов исчисляются исходя из уровня ущербов в экономической системе и социальной сфере (при загрязнении атмосферного воздуха и водных источников) в размере затрат государства на восстановление прежнего качества атмосферного воздуха и водных источников.

В рамках экономического анализа, с учетом отмеченного выше, должна быть дана оценка основных мер государственного экологического регулирования: объем, структура и динамика расходов на природоохранные цели, замещение натуральных ресурсов. Целесообразна и компактная характеристика важнейших экономических инструментов (лицензии, ограничительные договоры, платежи и штрафы, налоговые льготы и т.д.).

На природоохранные мероприятия государство должно тратить не менее 1–2 % ВВП. Россия затратила на охрану окружающей среды в 1994 году 0,1% ВВП, в 1996-м — 0,09, а в 1997 году — 0,08% ВВП. В высокоразвитых странах на охрану окружающей среды расходуют в среднем порядка 1,6 % ВВП.

Таблица 3

Доля расходов на охрану окружающей среды в некоторых промышленно развитых странах
(в % от ВВП)

Страна	Всего расходов	Правительственные расходы	Расходы частных фирм
Франция (1994 г.)	1,35	0,9	0,45
Германия (1992 г.)	1,6	0,8	0,8
Канада (1989 г.)	1,1	0,8	0,3
США (1993 г.)	1,6	0,5	1,1
Япония (1990 г.)	1,6	1,0	0,6
Великобритания (1990 г.)	1,4	0,5	0,9

Система экономического регулирования охраны окружающей среды в России определена Законом «Об охране окружающей среды» (1992 г.).

Основными элементами этой системы стали следующие:

— разрешения на выбросы, выдаваемые региональными природоохранными комитетами;
— договоры и лицензии на комплексное природопользование. В них устанавливаются допустимые объемы выбросов, планы природоохранных мероприятий, нормативы и порядок расчета и внесения платежей за загрязнение окружающей среды;
— платежи за загрязнение;
— система экологических фондов;
— система налоговых льгот.

Основной инструмент — платежи за загрязнение в экологические фонды, которые осуществляются по двум ставкам. По одной ставке оплачиваются вы-

бросы в пределах установленного норматива, а по другой — повышенной — за превышение нормативных выбросов.

Параллельно с введением платежей сложилась система экологических фондов трех уровней: местные, региональные, федеральные.

Федеральный экологический фонд — внебюджетная организация. Основной задачей фонда является финансирование всех видов природоохранной деятельности, имеющих общефедеральное и межрегиональное значение. Средства фонда формируются за счет отчислений республиканских, краевых и областных экологических фондов в размере 10%, собственной коммерческой, инвестиционной, банковской, страховой и иной деятельности, отчислений из республиканского бюджета. Экологические фонды являются неотъемлемой частью экономического механизма регулирования природопользования. В период перехода к рыночной экономике финансирование природоохранных мероприятий в России претерпело существенные изменения. Сегодня оно ведется из следующих основных источников: бюджетные средства, собственные средства предприятий, средства экологических фондов, гранты и займы международных фондов и других финансовых институтов. В госбюджете расходы на природоохранную деятельность практически сведены к нулю, поэтому основным источником финансирования природоохранных мероприятий становятся экологические фонды.

К источникам финансирования относятся также техническая помощь и кредиты международных финансовых организаций, но специфика их финансирования заключается в ограниченности свободы получателя кредита по поводу направления его расходования.

К экономическим механизмам охраны окружающей среды относится также льготное налогообложение при внедрении экологически чистых технологий, а также льготное кредитование на проведение природоохранных мероприятий.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в 1989 году разработала «Систему экономических инструментов для экологической политики». Специально созданный в ОЭСР Совет по использованию экономических инструментов в экономической политике принял в январе 1991 года специальные Рекомендации для стран-членов, которыми они и должны руководствоваться.

1. Налоги и сборы. Взимаются с предприятий, выбрасывающих отходы в атмосферу, в водные бассейны (вода, пыль, отработанные газы). В различных странах разработаны свои системы налогообложения (шкала, вид загрязнения). В Швеции, например, правительство ввело сбор «на выброс окислов азота» в размере от 1 до 10 долл. за 1 *кг,* в зависимости от возраста оборудования, вида нарушения. Это привело к снижению объемов выброса окислов азота с 452 тыс. *т* в 1980 году до 300 тыс. *т* в 1995 году. За счет такого сбора в год казна получала до 200 млн. долл.

2. Субсидии. Под этим понимается поддержка государством и отдельными спонсорами (фонды и др.) мероприятий по охране окружающей среды. Субсидии подразделяются на три категории:

— гранты (вид безвозмездной финансовой помощи);
— льготный заем (по ставке ниже рыночной);
— налоговая скидка (полное или частичное освобождение от налогов, ускоренная амортизация).

3. *Торговля разрешениями по сбросу загрязняющих веществ.* В странах устанавливаются предельно допустимые нормы выброса вредных или загрязняющих атмосферу и воду веществ. Фирма, которая добилась лучших результатов, то есть объемов выбросов ниже установленной нормы, может продать «разницу» другому заводу, фирме, у которых аналогичный показатель превышает установленную норму. Такие продажи разрешаются также и внутри фирмы. Получаемые доходы от таких продаж могут быть использованы на нужды компаний для модификации промышленного оборудования в плане улучшения его экологических качеств.

4. *Система «депонирование—возмещение».* Суть данной системы состоит в повышении конечной цены товара, являющегося потенциальным загрязнителем окружающей среды. После того как данный товар или его часть, загрязняющая среду, возвращается в специальное место для переработки, разница, взятая ранее (по цене), возвращается продавцу товара.

Устойчивость взаимосвязи составления экологической системы и уровня экономики во многом зависит от состояния окружающей среды, которое существенно ухудшается вследствие усиления отрицательного антропогенного воздействия. Наблюдается тенденция обострения эколого-экономических, социально-экономических и других взаимосвязей в системе «природа—общество—человек», что определяет особенности природоохранной деятельности, а также поиска путей улучшения состояния окружающей среды.

В настоящее время эколого-экономическая система природопользования не ориентирована на конечные результаты — улучшение состояния и использование экологического потенциала в интересах социально-экономического развития страны. Проведенные в нашей стране и за рубежом системно-статистические анализы четко показывают взаимосвязи между состоянием экологической системы и уровнем экономики в настоящем и будущем. Устойчивость этих взаимосвязей во многом зависит от состояния окружающей среды.

Резюме

Активизация хозяйственной деятельности человека, расточительное использование природных ресурсов и загрязнение окружающей среды привели к обострению экологической ситуации. С учетом своей исключительной масштабности и важности экология переросла в первоочередную глобальную проблему, имеющую особые экономические аспекты.

В ходе экономического анализа состояния экологической среды используются как традиционные индикаторы, так и ряд специфических индикаторов, учитывающих экологическую чистоту, или, напротив, экологическую вредность источников энергии, степень истощения выработки природных ресурсов, объемы и систематичность очистительных плановых вырубок лесов и т.п.

Система экономического регулирования охраны окружающей среды требует активного и комплексного участия государства в этом про-

цессе, разумного применения основных экономических инструментов (лицензий, налоговых льгот, разрешений на выбросы), а также проведения согласованных и масштабных международных мер по сохранению экологической среды.

Основные понятия

Рациональное природопользование — система деятельности, призванная обеспечить наиболее эффективный режим воспроизводства и экономной эксплуатации природных ресурсов с учетом перспективных интересов развивающегося хозяйства и сохранения здоровья людей.

Ресурсы природной среды — ресурсная группа, включающая в себя все экологические ресурсы, которые непосредственно воздействуют на человечество и являются объектами его хозяйственной деятельности.

Экологическая система — любое сообщество живых существ и его среда обитания, объединенные в единое функциональное целое из-за взаимозависимости и причинно-следственных связей, существующих между отдельными средообразующми компонентами.

Вопросы для самопроверки

1. *Какие основные источники антропогенной деятельности загрязняют окружающую природную среду?*
2. *Какая основная совокупность показателей определяет взаимоотношения природы и общества?*
3. *Назовите основные элементы системы экономического регулирования охраны окружающей среды.*

Литература

1. **Бобылев С.И., Ходжаев А.Ш.** Экономика природопользования. Учебное пособие. — М., 1997.
2. **Нестеров П.М., Нестеров А.П.** Экономика природопользования и рынок. — М., 1997.
3. **Evaluating Economic Instrument for Environmental Policy. OECD**. — 1997.
4. **OECD Environment Data. Compendium 1997. OECD**. — 1997.

Глава 9

Труд, занятость, миграция: показатели, динамика, оценки

1. *Показатели эффективности трудовой деятельности. Изменения в сфере труда*
2. *Критерии и основные показатели состояния занятости и безработицы. Государственная политика на рынке труда*
3. *Оценка динамики трудовой миграции. Государственная миграционная политика*

Показатели эффективности трудовой деятельности. Изменения в сфере труда

Труд является основой и непременным условием существования и жизнедеятельности общества и индивидов. В процессе труда (производства) создаются материальные и духовные ценности, а также услуги для удовлетворения потребностей; развиваются и сами работники.

От эффективности трудовой (производственной) деятельности зависят масштабы и темпы экономического и социального прогресса. Поэтому анализ содержания и динамики показателей результатов труда (производства) имеет важное значение для формирования экономической и социальной политики субъектами хозяйствования. Межстрановый сравнительный анализ этих показателей позволяет определить передовые страны, отрасли, предприятия и использовать их опыт. Результативность производства определяют такими стоимостными измерителями, как его прибыльность или рентабельность, соотношение рыночной стоимости к издержкам. Обобщающим показателем результативности труда является производительность, характеризующая объемы выпущенной продукции или произведенных услуг на единицу затрат труда.

Различают, рассчитывают и оценивают уровень и динамику производительности труда в масштабе общества, региона, отрасли, на предприятии и производительность индивидуального труда. Уровень производительности труда рассчитывается в стоимостных, а в некоторых случаях и в натуральных показателях. Непосредственный труд людей называют живым трудом. В качестве живого труда выступает только часть трудовых затрат, другая часть представлена средствами производства — сырьем, энергией, орудиями труда, инструментами, производственными помещениями. Эта часть труда называется овеществлен-

ным, или прошлым, трудом. Повышение производительности труда означает, что доля затрат живого труда в продуктах уменьшается, а доля затрат прошлого труда увеличивается, но при этом общая сумма труда, заключенная в каждой единице продукта, уменьшается. При оценке динамики производительности труда учитывают влияние величин экстенсивного использования труда, интенсивности труда, а также технико-технологического состояния производства.

Экстенсивность труда выражает степень использования рабочего времени и продолжительность при постоянстве других характеристик. Чем меньше простоев, непроизводительных затрат времени и чем продолжительнее рабочая смена, тем выше производительность труда. Экстенсивная характеристика труда имеет видимые границы: законодательно установленную продолжительность рабочего дня и рабочей недели. Если в течение законодательно установленного рабочего дня рабочее время полностью используется на производительный труд, то это будет пределом возможной величины экстенсивного использования труда.

Интенсивность труда характеризует степень его напряженности в единицу времени и измеряется количеством затраченной за это время физической, умственной и нервной энергии человека. Чем выше интенсивность труда, тем выше его производительность. Максимальный уровень интенсивности определяется физиологическими и психическими возможностями человеческого организма.

Интенсивность труда — один из важных факторов, определяющих выработку продукции в единицу времени, но он имеет физиологический предел и требует соблюдения физиологических норм расхода человеческой энергии.

Факторами роста выработки за счет повышения производительности труда, который преодолевает эти пределы, являются технико-технологическое, организационное и информационное совершенствование производства, повышение квалификации работников, лучшее использование природных ресурсов. Экономическая теория исходит из того, что процесс производства продукции есть результат не только функционирования труда, но и совокупного действия труда, капитала, земли и предпринимательства. Долю каждого из этих факторов производства в процессе создания продукции точно установить сложно. Отнесение объема выпущенной продукции к трудозатратам, связанным с этим выпуском, при подсчете производительности труда представляет лишь один из способов определения эффективности производства.

На практике в качестве показателей производительности труда применяются: *выработка*, то есть отношение объема продукции к числу работников или затраченному времени на ее производство, и обратный показатель — *трудоемкость*.

Рост производительности труда означает:

— увеличение массы продукции, создаваемой в единицу времени при неизменном ее качестве;
— повышение качества продукции при неизменной ее массе, создаваемой в единицу времени;
— сокращение затрат труда на единицу производимой продукции;
— изменение соотношения затрат живого и овеществленного труда в сторону роста доли затрат овеществленного труда при общем сокращении затрат труда;
— сокращение времени производства и обращения товаров;
— увеличение массы и нормы прибыли.

В масштабе национальной экономики, региона уровень производительности

труда (выработки) в сфере материального производства определяется отношением величины вновь созданной стоимости — национального дохода за определенный период — к среднесписочной численности персонала, занятого в сфере материального производства в течение этого периода. В сфере услуг производительность труда (выработка) определяется отношением стоимости услуг без стоимости материальных затрат на их оказание за определенный период к среднесписочной численности персонала сферы услуг за этот же период.

На предприятиях выработка определяется разными способами в зависимости от того, в каких единицах измеряются объем продукции и трудовые затраты. Применяют три основных метода определения (измерения) объема производства продукции, работ, услуг:

— натуральный (физические единицы — штуки, метры, тонны и т.д.);
— трудовой (нормо-часы);
— стоимостный (денежные единицы).

Стоимостный метод наиболее универсален. Он позволяет проводить сравнение уровня и динамики производительности труда на предприятии, в отрасли, регионе, стране. Применяют разные варианты стоимостного метода, которые определяются конкретными задачами измерения (стоимость валовой продукции, стоимость товарной продукции, стоимость чистой продукции и др.). Трудозатраты наиболее точно отражаются отработанным количеством человеко-часов. Но их подсчет очень трудоемок. Человеко-дни дают менее точный результат трудозатрат по сравнению с человеко-часами, так как они не учитывают внутрисменных простоев.

Среднесписочная численность персонала, то есть среднее число от работающих на начало и на конец периода, по сравнению с человеко-днями не учитывает целодневных простоев, но, тем не менее, именно показатель среднесписочной численности персонала используется при подсчетах годовой производительности труда, так как это обеспечивает сопоставимость показателей различных предприятий, отраслей и по стране в целом. Показатели же часовой и дневной выработки применяются при внутрипроизводственном анализе хозяйственной деятельности предприятия. Итак, для определения выработки выбираются соответствующие показатели объема производства продукции и трудовых затрат и первые делятся на вторые. На основании анализа достоинств и недостатков показателей объема продукции и трудовых затрат следует отметить, что любое из возможных сочетаний имеет определенный экономический смысл, а выбор их должен определяться конкретными задачами измерения уровня производительности труда. Наиболее универсальным способом определения выработки на предприятии является расчет величины чистой продукции предприятия за год, приходящейся на одного среднесписочного работника этого предприятия за тот же период.

Другой показатель производительности труда — *трудоемкость* — представляет собой сумму затрат живого труда на производство единицы продукции. Для определения трудоемкости единицы продукции затраты на все производство делят на объем выпущенной продукции за определенный период. В целях планирования и анализа труда рассчитывают трудоемкость отдельных операций, изделий, работ. Важным направлением анализа результатов трудовой деятельности является выявление влияния всех факторов на уровень и динамику производительности труда. Обычно эти факторы объединяют в три группы: материально-технические и технологические; организационно-экономические;

социально-психологические. Материально-технические и технологические факторы — это использование эффективной техники и оборудования прогрессивных технологий, в том числе информационных технологий, новых видов сырья и материалов. Они воздействуют на выработку, трудозатраты и качество продукции. Изделия высокого качества как бы заменяют большее количество изделий низкого качества, а повышение долговечности продукции равнозначно дополнительному увеличению их выпуска. Организационно-экономические факторы — это применение более совершенных и эффективных систем управления, организации труда и производства в целом. Развитые страны уделяют использованию этих факторов большое внимание, анализ их практики и изысканий в этой области позволит быстрее и эффективнее применять технические и технологические новшества в отечественной экономике.

Социально-психологические факторы — это воздействие на результаты трудовой (производственной) деятельности посредством повышения качественных характеристик работников и трудовых коллективов в целом (квалификация, трудовая активность, творческая инициатива, исполнительная дисциплина и т.п.). В рамках анализа этого фактора используются показатели структуры трудовых ресурсов (по формальной квалификации, образованию, стажу, возрасту, полу и т.д.). Необходимо учитывать, что на производительность труда воздействуют естественные условия (например, климат, залегание природных ресурсов и др.), а также социальные условия (конкуренция, безработица, государственная политика и др.). Все перечисленные факторы тесно связаны и взаимозависимы, действия их не равноценны и их анализ, как правило, проводят комплексно. Классификация факторов позволяет более предметно произвести экономические расчеты степени их воздействия на динамику производительности труда, результаты трудовой деятельности. Важным профессионально значимым предметом анализа сферы трудовой деятельности являются те существенные изменения и качественно новые черты, которые произошли в последнее десятилетие особенно отчетливо в промышленно развитых странах.

Современное производство развитых стран все шире применяет новый способ производства общественного богатства — посредством знаний, информации и высоких технологий. Производство не только использует кадры, поставляемые рынком труда, но во все большей степени способствует росту их квалификации, социально-культурного уровня и мотивации их труда. Этот процесс активно стимулируется объективными запросами производства и политикой развития трудовых ресурсов, проводимой передовыми фирмами.

Во второй половине 80-х годов понятие квалификации работника пополнилось следующими характеристиками: расширение и усложнение необходимых ему знаний, повышение способностей к выполнению новых функций, требующих от него более высоких интеллектуальных, психологических и морально-волевых качеств. От рабочего в большей, чем прежде, мере потребовались самостоятельность в труде, понимание доверенной ему производственной системы и готовность к ответственности за бесперебойность ее функционирования, а также умение овладевать новой техникой и новыми методами труда. В таких условиях узкая специализация теряла смысл, а квалификация в ее новом понимании все больше становилась синонимом хорошо подготовленного работника.

Сложность универсальных комплексов в высокотехнологичном производстве и высокая цена каждой трудовой ошибки диктовали необходимость повыше-

ния профессиональной компетентности работника. Все это вело к появлению более разветвленной сети новых квалификаций, систем профессиональной подготовки в фирмах, а также служило стимулом к учебе для самих рабочих.

Даже ставшая популярной концепция максимально экономного (ресурсосберегающего) производства не допускала жесткой экономии на подготовке персонала и предполагала высокий уровень его профессионального развития. Со временем квалификация становилась все более важным средством обеспечения гибкой стратегии компании и высокого качества ее продукции, а также мобилизации рабочей силы перед лицом конкуренции и необходимости постоянных инноваций. В результате во второй половине 80-х годов тенденция к росту квалификации разных категорий рабочей силы проявилась как ведущая и перспективная, хотя вначале она развивалась медленно.

Весьма заметным было возрастание квалификации у работающих с мехатроникой: у станочников КЧПУ, работников ГПС (где самый квалифицированный — оператор ее ЭВМ), операторов роботов, персонала техобслуживания. Быстро повышалась квалификация и у рабочих опытного производства, которые были причастны к созданию новых моделей продукции, имели дело с многоцелевым оборудованием и фактически становились техниками, контактируя с инженерами и конструкторами. По темпам прироста численности их опережала только группа дипломированных техников.

К началу 90-х годов дипломированные техники стали во многих компаниях ключевыми фигурами, и количество их продолжает прирастать. К группе техников примыкают чертежники, лаборанты, диспетчеры, также представляющие растущий слой рабочей силы.

Ставшая однозначной тенденция к росту квалификации трансформирует рынок труда и инструменты стимулирования работников, включая использование их социально-профессионального статуса.

Вытеснение из производства малоквалифицированных работников и носителей устаревших профессий, наем профессионально подготовленных кадров изменили квалификационный состав рабочей силы. Кроме того, труд низкой квалификации выводится за пределы развитых стран вместе с традиционным производством в виде фордистской конвейерной сборки.

В то же время зафиксировано увеличение спроса на квалифицированную рабочую силу в секторе услуг. Оно охватило медицину, образование, а также банки и сферу управления. В «третьем мире» под воздействием модернизации производства, связанной, в частности, с деятельностью ТНК, также происходит повышение среднего уровня квалификации работающих.

В связи с этим получает актуальность рассмотрение в рамках анализа показателей, характеризующих сферы приложения трудовых ресурсов с учетом их квалификации.

Процесс профессионального развития привел к образованию особо квалифицированной рабочей элиты — так называемых «золотых воротничков». Выходцы из рабочих, служащих и техников наукоемких отраслей, они отличаются высоким материальным и социальным статусом, проживают в пригороде или технополисе, работают в небольших фирмах, пользующихся государственной помощью и налоговыми льготами, тяготея к ценностям среднего класса. В труде они стремятся к автономности, сотрудничеству с исследователями, ценят отношения партнерства, использование хорошего технического парка,

участие в создании новой продукции, возможность профессионального роста и должностного продвижения.

Среди рабочих повышается роль и доля специалистов, квалификация части которых подчас находится на грани науки и искусства. Специалисты превратились в творческое ядро нации, центр притяжения и ориентир для массы трудящихся. Футурологи единодушны в том, что эта категория рабочей силы будет расти опережающими темпами.

Модернизирующееся производство предъявляет повышенный спрос особенно на технических специалистов, в первую очередь инженеров-проектировщиков, эксплуатационников, организаторов производства. Они теперь подчинены директорам по технологиям и относятся к ключевым кадрам. С прогрессом информационно-компьютерных и коммуникационных технологий заметно возросло значение и других специалистов: по программированию, системному анализу, технической диагностике, электронике, по эксплуатации нового оборудования в медицине, образовании, науке и т.д.

Растет спрос и на научных работников, исследователей — теоретиков и прикладников в области математики, логистики, семантики, а также психологии, социологии, эргономики, учета, финансов, коммерции и т.п.

В полностью автоматизированном производстве исследователи вместе с инженерами и специалистами уже в середине 80-х годов стали основной производительной силой. Специалистов высокого класса все чаще отождествляют с «профессионалами», которые должны обладать способностью к самостоятельным суждениям, профессиональной ответственностью, экспертными знаниями.

Квалификация работника тесно связана с характером и содержанием труда, с его сложностью и разнообразием и потому зависит от организации труда. Конкретные исследования подтверждают, что проектирование труда в направлении большего совмещения в нем различных функций связано с развитием квалификации работников.

Устаревание и отмирание прежних профессий сопровождается появлением многих новых, привлекательных и престижных. Часть этих специальностей еще не зафиксирована в справочниках профессий. Машинист роботизированной линии, контролер микроэлектронных устройств, инженер по качеству, инженер по знаниям при экспертных системах, техник, формирующий информационные системы, аналитик новых технологий, «техник бюро» с функциями секретаря, специалиста и среднего руководителя, библиотекарь-компьютерщик, консультант, аналитик компьютерных систем в медицине, финансах, торговле — все эти и другие возникающие профессии перспективны не только экономически, но и социально. Они дают работнику шансы на оперативность переобучения, интересную работу, на замену административного продвижения профессиональным и на отказ от пожизненной специализации. Современная эволюция квалификации рабочей силы ведет к серьезным социально-экономическим последствиям, поскольку влияет на отношения власти и собственности в производстве. Обладатели знаний расценивают их как важнейший ресурс современного производства и как свою интеллектуальную собственность и связывают свою собственность на знания с правом на участие в экономической власти.

В области повышения квалификации в компаниях, особенно в крупных, ускоряются положительные сдвиги. Фирмы широко финансируют системы производственного обучения, поощряя широкую специализацию, иногда в рамках

ключевой для них компетентности, отвечающей производству конкурентоспособной продукции, но часто и выходя за эти рамки.

Технико-организационный прогресс производства, соединившись с прогрессом социальным, обнаружил большой потенциал развития работника в труде. В социально-личностном развитии работников все заметнее становится роль культурной, деловой среды компаний, создаваемой политикой современного менеджмента. В передовых фирмах в этом плане на первое место ставят уважение к личности работника, поощрение его индивидуальности в постоянно обновляющемся производстве. В современном работнике поощряется способность высказываться, спорить. Поддерживая плюрализм взглядов, менеджмент делает основную ставку на «бунтарей», «конструктивных диссидентов», способных преодолевать сопротивление традиционных структур.

Инновационная культура компаний создает дух сотворчества, новаторства, инициативы. Этим целям отвечают атмосфера обмена мнениями и дискуссий, поддержка стимулирующих мысль групповых лидеров и большое разнообразие самостоятельно экспериментирующих групп — целевых, проектных, рационализаторских, а также производственных. Преуспевающие корпорации сегодня ставят целью развитие талантов, опережающее технику.

Развитие хозяйственной активности трудящихся становится мотором предпринимательства снизу, при котором все вносят вклад в увеличение продаж, прибылей, заработков, дивидендов.

Критерии и основные показатели состояния занятости и безработицы. Государственная политика на рынке труда

В соответствии с рекомендациями международных организаций и задачами учета национальные статистические органы классифицируют население следующим образом:

Экономически активное население (рабочая сила) — это часть населения, обеспечивающая предложение рабочей силы для производства товаров и услуг.

Численность этой группы населения включает занятых и безработных.

К занятым в составе экономически активного населения относят лиц обоего пола в возрасте 16 лет и старше, а также лиц моложе 16 лет, которые в рассматриваемый период:

а) выполняли работу по найму за вознаграждение на условиях полного или неполного рабочего времени, а также иную приносящую доход работу;

б) временно отсутствовали на работе из-за болезни, отпуска, выходных дней, забастовки или других подобных причин;

в) выполняли работу без оплаты на семейном предприятии.

К безработным относят лиц в возрасте 16 лет и старше, которые в рассматриваемый период:

а) не имели работы и заработка;

б) зарегистрированы в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы;

в) занимались поиском работы, то есть обращались в государственную или коммерческие службы занятости, к администрации предприятий, помещали объявления в печати или предпринимали шаги к организации собственного дела;

г) были готовы к работе;

д) проходили обучение или переподготовку по направлению службы занятости.

Для отнесения лица к категории «безработный» необходимо одновременно наличие у него четырех первых условий.

Учащиеся, студенты, пенсионеры и инвалиды учитываются в качестве безработных, если они занимались поиском работы и были готовы приступить к ней.

Экономически неактивное население — это та часть населения, которая не входит в состав рабочей силы. К ней относятся:

а) учащиеся, студенты, слушатели, курсанты, обучающиеся в дневных учебных заведениях;

б) лица, получающие пенсии по инвалидности;

г) лица, занятые ведением домашнего хозяйства, уходом за детьми, больными родственниками;

д) те, кто отчаялся найти работу, то есть прекратил ее поиск, исчерпав все возможности, но может и готов работать;

е) другие лица, которым нет необходимости работать, независимо от источника дохода.

Экономический анализ положения и процессов, происходящих в этой области, предполагает использование показателей структуры трудовых ресурсов, экономически активного населения, занятых и безработных по составу (возрасту, полу, квалификации) в территориальном, секторальном, отраслевом разрезах и т.д.

В условиях рыночных отношений реальное значение для экономики имеет численность экономически активного населения — рабочей силы как фактора, образующего рынок труда.

Рынок труда — это составная часть структуры рыночной экономики.

В самом общем виде под рынком труда понимают систему общественных отношений, связанных с наймом и предложением рабочей силы или с ее куплей и продажей. Ценой рабочей силы является заработная плата.

На рынке труда одна сторона (продавцы) представлена лицами, ищущими подходящую работу, другая (покупатели) — работодателями-предпринимателями или их представителями.

Рынок труда в Российской Федерации реализуется через государственную и коммерческие службы занятости (биржи труда), а также непосредственно через кадровые службы предприятий и учреждений или напрямую между работником и работодателем.

Результатом удовлетворения взаимного интереса работника и работодателя является договор найма, трудовой договор или контракт.

Рынок труда находится в непрерывном движении. За этим следит Федеральная служба занятости, она же ведет соответствующую статистику.

Происходящие на рынке труда процессы неразрывно связаны с демографической ситуацией в стране, динамикой различных половозрастных групп, уровнями рождаемости и смертности, количеством заключаемых и расторгаемых браков, составом семей, средним числом детей в семье, политикой государства и другими показателями.

В условиях рыночных отношений социально остро стоят проблемы занятости населения и безработицы.

Под занятостью населения понимают деятельность граждан, связанную с

удовлетворением личных и общественных потребностей, не противоречащую законодательству и приносящую им, как правило, трудовой доход.

Безработица — это социально-экономическое явление, состоящее в том, что некоторая часть экономически активного населения страны какое-то время или постоянно не имеет работы и заработка.

Основные принципиальные вопросы, связанные с занятостью населения, отражены в Законе РФ «О занятости населения в Российской Федерации». Однако необходимо отметить, что этот Закон относит к занятым не только тех, кто входит в число экономически активного населения и характеризует занятость в общественном производстве, но и служащих в Вооруженных Силах, во внутренних и железнодорожных войсках, в органах государственной безопасности и внутренних дел, а также трудоспособных граждан, обучающихся в общеобразовательных школах, профессионально-технических училищах, на очных отделениях высших, средних специальных и других учебных заведений, включая обучение по направлению Федеральной службы занятости населения. Это связано с потребностями учета населения.

Различают занятость продуктивную, социально-полезную, полную и др.

Продуктивная занятость — это занятость населения в общественном производстве.

Социально-полезная занятость определяется числом людей, не только занятых в общественном производстве, но и военнослужащих, учащихся (в трудоспособном возрасте), занятых ведением домашнего хозяйства, уходом за детьми и больными родственниками и т.п.

Полная занятость — это такое состояние общества, при котором все желающие иметь оплачиваемую работу ее имеют, отсутствует циклическая безработица, но сохраняется ее естественный уровень, определяемый фрикционной и структурной безработицей.

При оценке безработицы применяются экономико-статистические показатели, характеризующие ее основные виды.

Виды безработицы различаются по причинам их возникновения.

Фрикционная безработица связана с переменой места работы по инициативе самих занятых, которые добровольно ищут более подходящую для себя работу. Такая безработица существует всегда и везде.

Структурная безработица вызвана изменением структуры производства под воздействием научно-технического прогресса, появления новых отраслей промышленности и отживания морально устаревших производств. В силу этого возникают диспропорции между предложением и спросом на рабочую силу.

Циклическая безработица возникает в периоды спада производства, во время экономических кризисов, когда происходит массовое разорение предприятий, сокращение числа занятых. Уровень безработицы отражается в абсолютных (число безработных) и относительных (по отношению к трудоспособному населению) показателях с детализацией по отдельным видам безработицы, в разрезе секторов, отраслей, территорий.

Политика на рынке труда является одним из важнейших направлений государственного регулирования в странах с развитой рыночной экономикой. Необходимость внесения постоянных коррективов в государственную стратегию занятости диктуется сохранением чрезвычайно напряженной ситуации на рынке рабочей силы.

В динамике основных показателей рынка труда в странах ОЭСР сохраняются тенденции, характерные для начала 90-х годов, — высокий уровень безработицы, низкие темпы роста занятости, нарастание структурных проблем, в частности увеличение доли длительно безработных и обострение проблемы занятости молодежи.

Относительное снижение спроса на рабочую силу объясняется опережающими темпами роста производительности труда по сравнению с динамикой ВНП, повсеместным увеличением капиталоемкости производства, усилением межстрановой конкуренции на рынках товаров и услуг и, наконец, оттоком капиталов из государств ОЭСР в третьи страны.

В текущем десятилетии для стран ОЭСР характерно быстрое увеличение доли неполной занятости.

Широкое распространение временной занятости объясняется стремлением предпринимателей снизить производственные издержки, так как временных работников нанимают и увольняют по упрощенной системе. В то же время этот вид занятости работодатели используют для отбора наиболее квалифицированных и исполнительных работников.

Вялые темпы роста занятости в большинстве стран ОЭСР привели к тому, что уровень безработицы на фазе цикла, последовавшей за кризисом начала 90-х годов, оказался значительно выше, чем во второй половине 80-х годов. В 1992–1996 годах среднегодовой уровень безработицы в странах ОЭСР составил 7,8% по сравнению с 7,1% в 1986–1989 годах.

Наличие длительно безработных свидетельствует о низкой эффективности государственной политики на рынке труда. Потеря ими квалификации и утрата трудовой этики в результате длительного неучастия в производственном процессе делают практически невозможным новое трудоустройство.

Одной из самых сложных социальных проблем остается молодежная безработица, борьба с которой также малоэффективна.

Снижение трудовой активности молодежи в значительной степени объясняется продолжительностью образования, которая в 90-е годы возросла практически во всех индустриально развитых странах. Эта в целом безусловно положительная тенденция отчасти порождена тем, что в условиях нехватки рабочих мест молодые люди рассматривают обучение как реальную альтернативу безработице. В то же время, как отмечают эксперты ОЭСР, изучавшие данную проблему, «$^1/_5$ всех учащихся покидает учебные заведения без достаточной подготовки к трудовой жизни».

В западных странах значительная часть молодежи совмещает учебу и работу.

Сложности в получении работы, отсутствие ясных перспектив на будущее, общая апатия приводят к тому, что увеличивается процент молодежи, которая нигде не работает и не учится.

Сохранение высокой безработицы, увеличение в ее составе трудно рассасываемого ядра длительно безработных вынуждают правительства стран ОЭСР постоянно искать новые подходы к политике занятости. На динамику безработицы пытаются влиять путем изменения налоговой системы, социального страхования и социального вспомоществования.

Принимаются меры, поощряющие и подталкивающие безработного к более энергичным поискам нового рабочего места, осуществлена более тесная увязка системы страхования от безработицы с активной политикой на рынке труда,

что потребовало перестройки работы службы занятости. Развитие получили программы повышения качества рабочей силы и, следовательно, ее конкурентоспособности на рынке труда.

Участие безработных в активных программах занятости (переобучение и профессиональная переподготовка, субсидируемая занятость, открытие собственного дела) все чаще становится обязательным условием получения пособия по безработице, особенно для длительно безработных.

Одним из направлений анализа являются рассмотрение и оценка государственной политики в области занятости. Основной целью политики занятости населения России на период до 2000 года является обеспечение рациональной структуры занятости населения как основы получения устойчивых доходов и роста благосостояния семей, достижение сбалансированности спроса и предложения рабочей силы путем активизации политики на рынке труда.

Использование трудового потенциала и обеспечение рациональной структуры занятости населения будет обеспечиваться за счет структурной перестройки экономики, активной промышленной и инвестиционной политики, преобразований в социальной сфере.

В этих же целях реализуются мероприятия, предусмотренные Комплексной программой мер по созданию и сохранению рабочих мест на 1996–2000 годы.

Общая численность трудовых ресурсов в 2000 году увеличится до 85,7 млн. человек по сравнению с 84,1 млн. человек в 1998 году, или на 1,6 млн. человек. За 1998–2000 годы в связи с ожидаемым оживлением экономики спрос на рабочую силу увеличится, а численность занятых возрастет к концу 2000 года до 65,1 млн. человек.

Численность безработных увеличится с 2,6 млн. человек в 1996 году до 4,6 млн. в 2000 году и составит 6,4% от экономически активного населения, что обеспечит, с одной стороны, высокую конкуренцию на рынке рабочей силы, а с другой — избавит страну от угрозы массовой безработицы.

Вместе с тем на рынке труда возрастет подвижность рабочей силы. Структурная перестройка экономики будет сопровождаться свертыванием и ликвидацией убыточных производств с одновременным развитием эффективных и конкурентоспособных видов деятельности. В связи с этим возрастут темпы высвобождения работников.

Для улучшения социальной защиты безработных к 1997–2000 годам намечается осуществить реформирование системы назначения и выплаты пособий по безработице, предусмотрев меры, способствующие активному поиску работы, участию в общественных работах и профессиональной переподготовке. Одновременно будет сокращен разрыв между размером получаемых безработными пособий по безработице и величиной прожиточного минимума. В 2000 году он составит 70% против 43% в 1996 году.

Для повышения финансовой устойчивости Государственного фонда занятости населения Российской Федерации будут расширены источники его формирования, введен новый механизм перераспределения средств Фонда. Имеется в виду, что субсидии предприятий из Фонда будут предоставляться, как правило, на реализацию программ обеспечения занятости инвалидов, переквалификации занятых перед высвобождением, обучения молодежи без отрыва от производства, а также поддержки лиц, не имеющих работу свыше шести месяцев.

Сложившаяся профессионально-квалификационная структура рынка рабо-

чей силы маловосприимчива к изменяющимся отношениям в сфере производства, что в значительной степени сдерживает возможности реализации программ структурной перестройки экономики, повышения качества и конкурентоспособности российской продукции.

Реформы в сфере развития кадрового потенциала будут включать следующие мероприятия:

— введение государственных профессиональных стандартов, соответствующих международным требованиям, создание системы сертификации и аттестации персонала;
— формирование и обеспечение системы государственного заказа на подготовку и переподготовку кадров для приоритетных и инновационных сфер деятельности.

Оценка динамики трудовой миграции. Государственная миграционная политика

Причины внутристрановых и межстрановых крупномасштабных перемещений населения и трудовых ресурсов различны. Это прежде всего следствие интернационализации и демократизации хозяйственной жизни, либерализации внешнеэкономических связей. Это и следствие острых межнациональных противоречий и прямых столкновений, а также чрезвычайных ситуаций, стихийных бедствий, войн. Поэтому мигрантов подразделяют на добровольных, легальных, пользующихся правами и возможностями, которые предоставляются им законами, государственной политикой и международными соглашениями, и беженцев, вынужденных мигрантов, а также нелегальных мигрантов. Анализ и оценка современных масштабов миграционных потоков, драматизм положения многих беженцев дают достаточно оснований для отнесения решения этих проблем к требующим значительных общенациональных усилий и широкого международного сотрудничества. С учетом изменяющейся конъюнктуры мирового рынка труда страны-импортеры и страны — экспортеры трудовых ресурсов вносят существенные коррективы в свою миграционную политику.

Для оценки состояния и изменений в трудовой миграции применяется ряд абсолютных — число выезжающих и въезжающих (в целом, по группам населения, профессиям и т.д.) — и относительных показателей — по отношению к занятым в стране, регионе, отрасли, а также в сравнении с различными временными периодами.

Межстрановая миграция населения и трудовых ресурсов возникает при наличии значительного контраста в уровнях экономического и социального развития и темпах естественного прироста стран, принимающих и отдающих рабочую силу. Географическими центрами иммиграции являются наиболее развитые страны, такие как США, Канада, Австралия, большинство западноевропейских стран, а также страны с высокими доходами от продажи нефти и бурным экономическим ростом (Саудовская Аравия, Бахрейн, Кувейт, Объединенные Арабские Эмираты и т.д.).

Мировой опыт свидетельствует, что трудовая миграция обеспечивает несомненные преимущества странам, как принимающим рабочую силу, так и поставляющим ее. Она способна и породить острые социально-экономические проблемы.

Какие положительные последствия внешней трудовой миграции сегодня признаются и используются?

Прежде всего учитывается, что процессы трудовой миграции способствуют смягчению условий безработицы, появлению для страны — экспортера рабочей силы дополнительного источника валютного дохода в форме поступлений от эмигрантов, а также приобретения ими знаний и опыта. По возвращении домой они, как правило, пополняют ряды среднего класса, вкладывая заработанные средства в собственное дело, создавая дополнительные рабочие места.

К отрицательным последствиям трудовой миграции следует отнести тенденции роста потребления заработанных за границей средств, желание скрыть получаемые доходы, «утечку умов», иногда и понижение квалификации работающих мигрантов и т.п.

Для нейтрализации отрицательных последствий и усиления положительного эффекта, получаемого страной в результате трудовой миграции, используют средства государственной политики. Просчеты в выборе ориентиров миграционной политики вызывают нежелательную реакцию в виде роста нелегальной миграции и последующей социальной активности возвращающихся мигрантов и др. В этой области особенно очевидны неэффективность жестких, директивных мер и необходимость косвенных, корректирующих воздействий со стороны государств и правительств. Россия не осталась в стороне от мировых миграционных процессов. В РФ официальных беженцев насчитывалось на начало 1997 года более 1,2 млн., а общая численность иммигрантов составляла более 2,5 млн. человек.

До 2000 года число иммигрантов предположительно возрастет еще на 3,5 млн. человек, что потребует существенно увеличить расходы на строительство и покупку жилья и создание рабочих мест для иностранцев.

Основной целью политики Российской Федерации в области миграции на предстоящий период является регулирование миграционных потоков, преодоление негативных последствий стихийно развивающихся процессов миграции с учетом их влияния на социально-экономическую ситуацию, в том числе на ситуацию на рынке труда.

Резюме

Эффективность трудовой деятельности находит отражение в показателе производительности труда. Выработка, то есть производство продукции в единицу времени, зависит от производительности и интенсивности труда. Различают производительность индивидуального и общественного труда. Уровень производительности труда оценивается с помощью стоимостных и в некоторых случаях натуральных показателей. Такими показателями являются: отношение объема продукции к числу работников или затраченному на ее производство времени; обратный показатель — трудоемкость. Одна из задач анализа трудовых ресурсов состоит в изучении их структуры, сфер приложения, тенденций изменений в этой сфере. Отдельный блок аналитической работы — состояние занятости и безработицы, направлений и особенностей их динамики. Для этого используется ряд относительных показателей, таких как число и удельный вес безработных, индексы движения безработицы.

Вопросы для самопроверки

1. *Что такое производительность труда и какие показатели ее характеризуют?*
2. *Что понимается под структурой трудовых ресурсов?*
3. *Как измеряется уровень безработицы?*
4. *Каковы основные задачи анализа миграции населения, трудовых ресурсов?*

Основные понятия

Производительность труда — обобщающий показатель его результативности. Он выражается соотношением объема выпущенной продукции или произведенных услуг и единицы затрат труда (единицы времени).

Экономически активное население (рабочая сила) — часть населения, обеспечивающая предложение рабочей силы для производства товаров и услуг.

Занятость населения — деятельность граждан, связанная с удовлетворением личных и общественных потребностей, не противоречащая законодательству и приносящая им трудовой доход.

Безработные — часть экономически активного населения страны, временно или постоянно не имеющая работы и заработка.

Миграция населения — перемещение населения между регионами и странами.

Эмиграция — выезд граждан одной страны в другую страну с целью трудоустройства или смены места жительства и гражданства.

Иммиграция — въезд в страну граждан другой страны на основании международных соглашений и контрактов.

Литература

1. **В. Кулаков, А. Дрыночкин.** Анализ экономического положения зарубежных стран. Учебное пособие. — М., 1998.
2. **Международные экономические отношения**. Учебник для вузов / Под ред. В.Е. Рыбалкина. — М., 1998.
3. **МЭМО.** — 1998. — № 2. — С. 80–101.
4. **Вильховченко Э.** Место человека в новейшем производстве // МЭМО. — 1998. — № 5. — С. 60–72.
5. **Социальные приоритеты и механизм экономических преобразований в России** // Вопросы экономики. — 1998. — № 6. — С. 30–50.

Раздел II

Задачи и основные методы анализа рыночной ситуации

В экономике рыночного типа хозяйственные отношения основаны на принципе свободы выбора для партнеров. Обмен товарами, услугами, ресурсами осуществляется в рамках экономических связей между субъектами рынка: частными фирмами, предпринимателями, государственными предприятиями и учреждениями, общественными, международными организациями и объединениями, отдельными физическими лицами. Он приобретает ту или иную форму сделок между сторонами. Устойчивые и достаточно масштабные операции по купле-продаже однородных товаров и услуг, ресурсов (денежно-кредитных и финансовых средств, валюты, ценных бумаг) формируют соответствующие рынки, где осуществляются контакты продавцов и покупателей. В рамках национальной экономики и на международном уровне различают: товарные, финансовые, валютные рынки, которые обычно предполагают те или иные формы коммерческой деятельности. Это биржи, аукционы, торги, ярмарки и т.п., а также систематические крупные торговые операции продавцов и покупателей соответствующей продукции. Именно рыночная ситуация определяет в конечном счете целесообразность, экономический смысл (выгодность или невыгодность) той или иной предпринимательской деятельности, заинтересованность и продавца, и покупателя в конкретной сделке, ее текущие и более отдаленные результаты. Вот почему изучение рынка — важная и неотъемлемая часть анализа экономики, а маркетинг — основа предпринимательства и хозяйственной деятельности в целом. Владение рыночной

ситуацией — необходимая предпосылка успешности и эффективности производственных, научно-технических, коммерческих, инвестиционных, валютно-финансовых операций как текущего, так и долгосрочного характера. Анализ рыночной ситуации, или, как принято говорить, конъюнктуры рынка, предполагает комплексное и последовательное изучение его объектов и субъектов, разнообразных факторов, определяющих динамику, структуру данного рынка, положение на нем, возможное воздействие последнего на экономику в целом. Практическими целями анализа являются прогноз, выработка программы, определение дальнейших действий.

Глава 10

Общая характеристика и составляющие экономической конъюнктуры товарного рынка

1. *Методические основы анализа экономической конъюнктуры товарного рынка*
2. *Система показателей, используемых для анализа конъюнктуры товарного рынка*
3. *Механизм анализа спроса и предложения*
4. *Показатели, необходимые для анализа требований потребителя к товару и потребительских предпочтений*

Методические основы анализа экономической конъюнктуры товарного рынка

Специфика современной жизни требует от субъектов экономических взаимоотношений проведения глубокого анализа протекающих на рынке процессов, дабы обеспечить эффективное использование наличных ресурсов и качественное удовлетворение потребительских требований.

Исследование рынка включает: анализ и прогноз конъюнктуры товарного рынка и анализ особенностей коммерческой деятельности.

Непосредственно процесс исследований состоит из следующих последовательных этапов:

— сбора информации и анализа конъюнктуры рынка;
— разработки собственного прогноза конъюнктуры на ближайший планируемый период;
— оценки эффективности использования результатов конъюнктурного спроса.

Исследование конъюнктуры товарного рынка включает анализ и прогноз состояния рынка конкретного товара и предполагает изучение отраслей произ-

водства и потребления рассматриваемой продукции, их взаимосвязей, а также инфраструктурного обеспечения изучаемого рынка.

Анализ конъюнктуры конкретного товарного рынка можно проводить двумя путями в зависимости от целей исследования:

— если ставится задача выяснить тенденции и темпы развития конъюнктуры за какой-то период;
— если ставится задача определить конъюнктуру на текущую дату. Для этого проводится анализ состояния конъюнктуры путем определения фазы экономического цикла и примерного места внутри фазы.

Высокая эффективность работы по изучению конъюнктуры, проблем и долговременных тенденций развития рынка возможна только при соблюдении принципов целенаправленности, комплексности, систематичности.

Целенаправленность означает, что исследование конъюнктуры рынка и тенденций его развития должно быть тесно увязано с плановыми задачами, стоящими перед предприятием.

Комплексный подход означает:

— во-первых, необходимость анализа всех основных элементов конкретного рынка;
— во-вторых, обязательность его изучения во взаимосвязи с общеэкономическими явлениями и рынками продукции;
— в-третьих, охват всей основной группы факторов внутреннего (по отношению к данному рынку) характера, оказывающих на него воздействие.

При накоплении исходных данных следует уточнить позиции перед тем, как приступить к сбору материала и выявлению показателей развития конъюнктуры и спроса потребителей.

Нужно определить период (квартал, полугодие, год), за который будут анализироваться конъюнктура и запросы потребителей. От этого зависит не только перечень показателей, но и степень детализации данных по ним.

Необходимо также определить уровень конкретизации анализа и прогноза, которые намечается провести. На основе такой предварительной работы уточняются объем и характер необходимых материалов.

На стадии накопления исходных данных производится определение основных показателей конъюнктуры и потребительских запросов, выявление и подбор источников информации, сбор данных о конъюнктуре.

После завершения этой работы можно приступить непосредственно к анализу.

Процесс анализа конъюнктуры товарного рынка и изучение требований потребителей состоят из следующих этапов:

I этап — из всей совокупности факторов и индикаторов выделяются составные элементы, отдельные оценки, статистические показатели. Затем строятся динамические ряды по каждому показателю, что дает возможность отразить действия соответствующего фактора в прошлом, настоящем и будущем на основе имеющихся оценок и прогнозов.

II этап — рассмотрение всех факторов в их взаимодействии как единого целого. При этом, во-первых, определяется общий результат воздействия (следовательно, и поведение конъюнктуры); во-вторых, выявляются место и роль каждого из анализируемых факторов в формировании конъюнктуры.

Анализ конъюнктуры на всех этапах следует проводить на основе материалов и данных, отражающих всю совокупность нередко противоречивых процессов,

тенденций и явлений, а не на базе произвольно подобранных фактов, подтверждающих ту или иную точку зрения.

Только при комплексном подходе к анализу можно правильно оценить состояние и основные тенденции развития конъюнктуры. Последняя формируется в условиях взаимного влияния сил, нередко противоположно направленных, и является результатом проявления всех конъюнктурообразующих факторов.

Приступая к изучению конъюнктуры товарного рынка, следует прежде всего выявить особую роль определенных факторов на соответствующем этапе. В этих целях используется монографический метод, то есть публикация в статистических и периодических изданиях экономико-статистических показателей характера и особенностей данного конкретного периода и прогнозов его развития.

На основе анализа периода и учета имеющихся оценок можно определить на момент исследования и ближайшую перспективу степень воздействия на формирование рынка товаров таких ведущих факторов, как масштабы и интенсивность обновления производства, размеры и уровень спроса на товар.

Затем необходимо перейти к рассмотрению постоянно действующих факторов, которые нередко являются решающими для формирования конъюнктуры. К их числу относятся: государственное регулирование, кредитно-денежная политика, структурные сдвиги в экономике. Следует проанализировать также влияние факторов кратковременного воздействия. Последние, хотя и не являются столь активными, тем не менее в ряде случаев оказывают существенное воздействие на размеры спроса, динамику поступления товара. Система показателей должна правильно характеризовать направления и темпы развития процесса производства, не подвергаться воздействию случайностей и достаточно быстро отражать происходящие изменения.

Замедленная реакция показателя на какие-либо изменения затрудняет его использование в качестве базы для анализа или прогноза конъюнктуры.

Анализ хозяйственной конъюнктуры или отдельного товарного рынка необходим для того, чтобы правильно сделать прогноз, предсказать изменения.

В общем виде прогноз — это научно обоснованное суждение о возможных состояниях объекта в будущем и/или альтернативных путях и сроках их осуществления.

Понятие прогноза следует отличать от понятия прогнозирования.

Прогнозирование — это процесс формирования вероятностных суждений о состоянии объекта в будущем.

Применительно к конъюнктуре товарного рынка можно дать следующее определение: *прогноз товарного рынка есть объективное, вероятностное по своей природе суждение о динамике важнейших характеристик товарного рынка и их альтернативных вариантах при условии выполнения сформулированных гипотез с целью выработки маркетинговых рекомендаций для поведения фирмы на рынке.*

От прогноза товарного рынка требуется:

— надежность, научная обоснованность, системность с учетом факторов, которые могут оказать влияние в перспективе;
— воспроизводимость и доказательность, то есть получение того же результата при повторной обработке данных, в том числе на базе других методов, исключая субъективность;

— альтернативный характер прогноза с четкой формулировкой всех гипотез и предпосылок, положенных в его основу;
— верифицируемость прогноза, то есть наличие надежной методики оценки достоверности и точности прогноза для возможной его корректировки;
— ясный и четкий язык формулировок, понятных лицам, непосредственно принимающим решение, и не дающих повода для противоречивых толкований;
— плановый характер: прогноз должен быть своевременным и служить целям управления.

Прогноз конъюнктуры рынка товара предполагает возможные изменения в структуре и объеме потребления, которые сопоставляются с оценками развития производства товара. Такое сопоставление позволяет выявить изменения в соотношении между спросом и предложением, определить вероятный объем продаж.

Своевременное и правильное использование прогноза позволяет:
— во-первых, продавать товар по наиболее приемлемым ценам;
— во-вторых, маневрировать ресурсами, использовать их в наиболее выгодных направлениях;
— в-третьих, принимать оперативные меры по расширению (сокращению) производства в случае ожидаемого значительного улучшения (ухудшения) конъюнктуры.

Для повышения эффективности коммерческой деятельности целесообразно проверять правильность составления прогнозов и их использования. Выявление причин, по которым прогноз был составлен неправильно, помогает повысить его точность в дальнейшем.

Для краткосрочного конъюнктурного прогноза необходимо учитывать все факторы — от временных и случайных до циклических и нециклических. При этом основное внимание уделяется трем важнейшим элементам рыночного механизма: спросу, предложению и цене, что позволяет проанализировать рынок товара комплексно.

Система показателей, используемых для анализа конъюнктуры товарного рынка

Для изучения (анализа и прогноза) конъюнктуры рынка используется широкий перечень показателей, которые можно классифицировать по следующим основным группам:
— показатели производства (промышленного, сельскохозяйственного);
— показатели внутреннего товарооборота;
— показатели внешней торговли;
— показатели уровня цен;
— финансовые показатели.

Показатели производства включают в себя данные по промышленному производству:
— *Индексы промышленного производства.* Используются для анализа производства по отрасли, группе товаров, товару. Как правило, рассчитывают отраслевой и сводный индексы. На основе составления указанных индексов делаются оценки динамики отраслевого производства в сравнении со сложившимися экономическими условиями на рынке.

При расчете индексов производства выделяют *индивидуальные* и *агрегатные* (в текущих сопоставимых ценах).

— *Объем и динамика выпуска продукции по отраслям в целом в абсолютных величинах.*
— *Темпы обновления продукции.*
— *Объем и динамика капитальных вложений.* Данный показатель характеризует процесс обновления и расширения основного капитала. Величина капитальных вложений детерминирует объем и масштабы производства, а также поток заказов на производственное оборудование. Этот показатель дается в качестве валовых инвестиций, в числе которых новые вложения и затраты на возмещение основного капитала (амортизация). Инвестиции в основной капитал распределяются между закупками оборудования, промышленным, жилищным и коммунальным строительством. Для изучения конъюнктуры рынка необходимо проведение сопоставления объемов и динамики капитальных вложений в отраслях производства и потребления. Между объемами производства и величиной капитальных вложений отмечена прямая корреляционная связь: изменения в объемах капитальных вложений определяют изменения в объемах производства, причем максимум инвестиций предшествует пику производства, минимум — его сокращению.
— *Информация о портфеле заказов.* Имеющийся наличный портфель и сведения о новых поступлениях характеризуют степень загрузки производства в настоящий момент и в ближайшем будущем. Портфель заказов, имеющийся у отдельной фирмы или по отрасли в целом, определяется стоимостью всех заказов на определенный момент, независимо от времени поступления. О направлении развития конъюнктуры можно судить по результатам сопоставления ежемесячных поступлений с ежемесячными отгрузками или продажами. Информация о снижении портфеля заказов у поставщиков может и должна быть использована заказчиком при проведении переговоров: весьма высока вероятность получения скидок, льготных условий поставок и расчетов.
— *Данные по труду представлены следующими показателями*: производительность труда, занятость, размеры безработицы, продолжительность рабочей недели, ставки и фонды заработной платы. Уровень заработной платы исчисляется как среднее арифметическое высокой заработной платы большинства. Наиболее объективное представление о занятости получают при помощи показателя фонда заработной платы.
— *Объем производственных мощностей и степень их загрузки по отдельным отраслям промышленности.*

Показатели сельскохозяйственного производства представлены индексом производства продукции аграрного сектора, объемом производства в абсолютных цифрах, размером посевных площадей (поголовьем скота и размером пастбищ), средней урожайностью культур (продуктивностью скота), количеством ферм, ценами на сельскохозяйственную продукцию, агротехнику, удобрения, пестициды, доходами фермеров, показателями использования сельскохозяйственной техники, удобрений, пестицидов и др.

Индексы производства сельскохозяйственной продукции рассчитываются по аналогии с индексом промышленного производства.

$$\text{Показатели урожайности} = \frac{\text{валовой сбор}}{\text{весенняя продуктивная площадь}};$$

$$\text{Падеж скота} = \frac{\text{количество павших животных}}{\text{среднегодовое поголовье}} \times 100\%;$$

$$\text{Средний годовой удой молока} = \frac{\text{количество надоенного молока}}{\text{количество всех коров}};$$

$$\text{Индекс валового сбора} = \frac{\text{валовой сбор отчетного периода}}{\text{валовой сбор базисного периода}}.$$

Показатели внутреннего товарооборота характеризуют динамику и направление изменений конъюнктуры внутреннего рынка и включают в себя оборот оптовой и розничной торговли, объемы продаж крупнейших оптовых и розничных торговых предприятий, индексы стоимости жизни, потребительские расходы (объем и структуру), информацию о движении товарных запасов, объема потребительского кредита, данные о внутренних перевозках грузов.

Анализ динамики реализации, оптовой и розничной торговли позволяет оценить характер и изменения платежеспособного спроса на продукцию производственно-технического и потребительского назначения.

Увеличение объемов потребительского кредитования обусловливает кратковременное повышение спроса. Однако в будущем продажи в кредит вызовут снижение показателей реализации вследствие уменьшения реального спроса на сумму товаров, закупленных ранее в кредит, плюс проценты за пользование кредитными ресурсами.

Следует учитывать, что таким образом объемы продажи в кредит складываются в преддверии кризиса. Усугубление кризиса предопределяет снижение объема потребительского кредитования.

Существенные отличия имеет характер динамики запасов сырья и готовой продукции. Размеры запасов сырья непосредственно зависят от объемов производства: увеличение производства предполагает рост запасов сырья и наоборот.

Запасы готовой продукции, напротив, при расширении производства уменьшаются. Рост запасов готовой продукции свидетельствует об ухудшении конъюнктуры: они достигают максимального значения в начале кризиса, минимального — при переходе из фазы депрессии в фазу оживления, в момент расширения объемов производства.

Динамика внутренних перевозок является результирующим показателем конъюнктуры рынка. Ухудшение конъюнктуры — сокращение спроса, снижение производства и отгрузок — негативно отражается на объемах перевозок. Анализ внутренних перевозок должен охватывать все виды транспорта с учетом специфики каждого из них, а также, принимая во внимание конкуренцию между различными видами, объем услуг, предоставленных посредническими организациями.

Показатели внешней торговли включают:

— физический и стоимостный объем внешнеторгового оборота;
— индексы физического и стоимостного объема внешнеторгового оборота;
— физический и стоимостный объем экспорта, импорта;

— географическое распределение экспорта, импорта;
— индексы физического и стоимостного объема экспорта и импорта;
— сальдо торгового баланса;
— товарную структуру экспорта и импорта;
— удельный вес страны в мировом экспорте и импорте;
— долю экспорта и импорта в производстве и потреблении продукции;
— членов внешней торговли.

Индексы физического и стоимостного внешнеторгового оборота, экспорта, импорта рассчитываются по аналогии с индексами промышленного производства.

Как правило, улучшение конъюнктуры рынка, увеличение объемов производства облегчают задачу активизации внешней торговли. В то же время отмечено несовпадение динамики внешней торговли и собственно производства. Ухудшение конъюнктуры в первую очередь отражается на показателях промышленности и лишь затем вызывает снижение объемов внешнеторговых операций. Подобная ситуация обусловливается договорными обязательствами сторон по долгосрочным контрактам. Несовпадения могут быть вызваны также неравномерностью развития экономики различных стран. В четвертом квартале, как правило, объемы внешней торговли достигают максимального значения (период накопления сырья, топлива на зиму, уборки и реализации урожая) и снижаются в первом квартале.

Показатели динамики и уровня цен включают:
— *индекс оптовых цен;*
— *индекс розничных цен* (рассчитывается аналогично индексу оптовых цен);
— *индекс цен потребительской корзины.*

Рекомендуется также проводить сопоставление динамики оптовых и розничных цен. В некоторых случаях целесообразно сопоставлять динамику цен и издержек производства по отдельным фирмам — крупнейшим производителям анализируемых групп товаров. Для этих целей *рассчитывают индексы себестоимости продукции.*

Финансовые показатели:
— эмиссия ценных бумаг;
— курсы акций предприятий, доминирующих в отрасли;
— ставка рефинансирования Центрального банка (ЦБ) РФ;
— уровень инфляции;
— денежная масса в обращении;
— курсы валют;
— банковские депозиты;
— ссудный процент.

При рассмотрении эмиссии ценных бумаг необходим анализ ее структуры. Увеличение эмиссии государственных ценных бумаг не всегда свидетельствует об улучшении рыночной конъюнктуры. Как правило, в период кризиса эмиссия резко увеличивается и растет в фазе подъема, при этом пик выпуска наступает несколько раньше максимального увеличения объема производства. На котировку ценных бумаг оказывает влияние множество факторов, в том числе величина банковского процента (при повышении процента курс акций, как правило, падает). Изменения в динамике курса предшествуют изменению конъюнктуры. Рост ссудного процента свидетельствует о повышении инвестиционного спроса,

что, в свою очередь, указывает на активизацию коммерческой деятельности и тенденцию к расширению промышленного производства. Изменение ссудного процента в зависимости от направления оказывает стимулирующее или сдерживающее воздействие на темпы развития производства и совокупного спроса. Валютный курс оказывает непосредственное влияние на платежеспособный и внешнеторговый балансы, на конкурентоспособность экспортируемых товаров. Снижение показателя движения банковских депозитов характеризует замедление процесса обращения товаров и говорит об ухудшении конъюнктуры рынка.

Механизм анализа спроса и предложения

К основным задачам комплексного изучения рынка, позволяющим определить его общие характеристики, относятся анализ и оценка намеченных к производству изделий с точки зрения параметров их спроса. Это один из наиболее важных и ответственных этапов анализа рынка. Недостаточный или неточный анализ спроса может привести, с одной стороны, к созданию лишних мощностей и их нерациональному использованию, с другой — к созданию мощности предприятия, недостаточной для удовлетворения потребности рынка или не позволяющей оптимизировать масштабы производства.

В экономической теории спрос на товар или услугу определяется как платежеспособная потребность, поэтому не всякая потребность есть спрос. Очень наглядно это определение спроса иллюстрирует ситуация в народном хозяйстве России в условиях кризиса платежей. Производство продукции во многих отраслях снижается не потому, что нет потребности в данных товарах, а потому, что на них нет спроса: потребители не могут оплачивать необходимую им продукцию. Объем рыночного спроса в каждый конкретный момент составляет некоторую долю емкости рынка.

Разница между емкостью рынка и объемом рыночного спроса определяет перспективность продуктового рынка или рынка услуг.

Величина спроса и емкость рынка в каждый конкретный момент является функцией нескольких факторов: структуры рынка, эластичности спроса по ценам, каналов распределения, темпов роста потребления, конкуренции поставщиков аналогичных товаров. Эта многофункциональная зависимость делает оценку спроса достаточно сложным процессом.

Определение спроса и размеров рынка включает в себя оценку величины и структуры текущего действительного спроса и перспективную оценку спроса на рынке. Текущий спрос можно представить в виде общего количества конкретной продукции, покупаемой по определенной цене на определенном рынке за конкретный период. Первым шагом в определении текущего действительного спроса является определение его за год, предшествующий году проведения исследований, или, если этих данных недостаточно, за несколько предшествующих лет.

Следует учитывать, что потребители неохотно делятся информацией о структуре спроса, предпочтениях и гибкости рынка. Поэтому отсутствие статистической информации о влиянии различных факторов на величину спроса необходимо компенсировать экспертными оценками спроса и его изменения под воздействием экономических явлений.

Так как рыночный спрос обычно многофункционален, то для его прогнозирования необходимо выделить по результатам анализа рынка ключевые факторы, определяющие его динамику. Затем нужно оценить степень их влияния на спрос и составить прогноз эволюции факторов в будущем. После выполнения этих процедур осуществляется прогноз спроса на основе какого-либо метода.

Главной задачей при изучении рынка является определение продолжительности жизненного цикла товара (ЖЦТ) — от зарождения до начала насыщения рынка (см. рис. 1). Смену фаз цикла спроса возможно только предугадать, поэтому необходимо пересматривать стратегию фирмы в соответствии с меняющимися условиями.

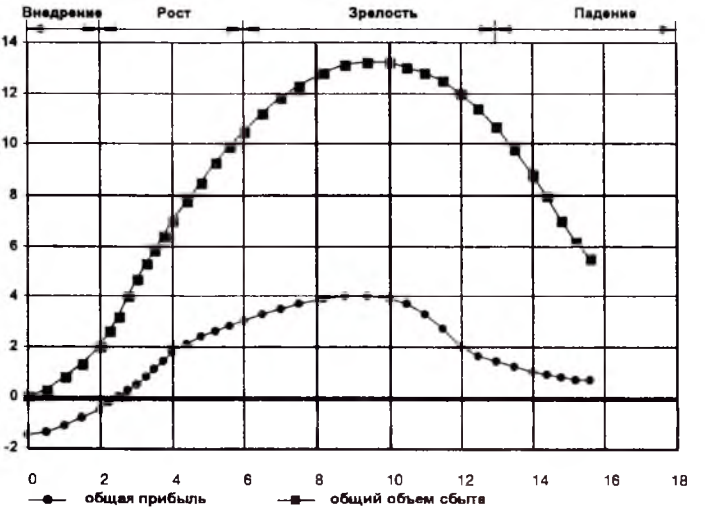


Рис. 1. Этапы традиционного жизненного цикла товара

Необходимо также четко представлять себе, какие потребности удовлетворяет продукт на конкретном рынке, в каких областях и как он будет использован покупателем. Наиболее распространенными методами определения перспективной потребности являются нормативный, статистико-экстраполяционный методы и метод экспертных оценок. Целесообразно сочетание этих методов. Это снизит погрешность по сравнению с применением каждого метода в отдельности.

Нормативный метод является наиболее приемлемым для отраслей, где ассортимент используемых видов материалов и комплектующих изделий относительно небольшой и исчисляется в натуральных показателях.

Совместно с потребителем исследователь рынка должен критически оценить представленные данные, учитывая возможное появление конкурирующих материалов, наличие оборудования для переработки материалов в изделия, сведения о планируемом изменении нормативов и другие факторы, и внести в объемы заявленных потребностей соответствующие коррективы.

В отраслях-потребителях, где уже сложилась определенная тенденция массового применения материалов (причем в больших объемах и разнообразном ассортименте), наиболее удобен статистико-экстраполяционный метод. Пери-

од, в течение которого возможна экстраполяция потребности, находится в пределах 10–15 лет. Практика показывает, что ожидаемая ошибка прогнозирования не превышает 15%, что вполне допустимо для прогностического расчета.

Прирост потребности складывается из прироста первоначальной потребности и прироста на замену. Далее рассчитывается внутригрупповая структура потребности (по отдельным видам, маркам) исходя из общего объема потребности на основе данных, использованных на стадии анализа. Расчет производится в такой последовательности:

— определяются доля отдельных видов товаров в общем объеме продажи и доля отдельных марок в объеме продажи товаров данного вида;
— исчисляется структура возможного объема полной продажи по видам и маркам как отношение возможного объема продажи данного вида товара к суммарному объему возможной продажи: абсолютная сумма возможной полной продажи по данной марке делится на объем возможной полной продажи по виду, в который входит эта марка;
— определяется структура ожидаемой продажи. Кроме нормативного метода, используемого при прогнозировании емкости рынка, можно использовать и экстраполяционные методы. К наиболее точным экстраполяционным методам относятся модели временных рядов Дженкинса—Бокса.

Анализ потребительского спроса требует изучения важнейших демографических факторов, влияющих на состояние спроса и его динамику, а именно: численности населения страны или ее сегмента, уровня рождаемости, возрастного состава населения, географического распределения населения.

При анализе покупательной способности населения выясняются:

— уровень доходов населения;
— объем и условия предоставления потребительского кредита;
— сумма сбережений населения;
— уровень образования и профессиональный состав.

Численные показатели по товару обычно определяются на основе статистических данных о потреблении товара за исследуемый период. Если статистика не приводит таких данных, их исчисляют путем составления баланса потребления на основе данных о производстве, импорте, экспорте и переходящих запасах данного товара. Такой показатель получил название «емкость рынка».

Емкость рынка может быть подсчитана на основе данных промышленной и внешнеторговой статистики следующим образом:

$$V = Q + Z + J - E,$$

где V — емкость рынка;
Q — производство товаров;
Z — остатки товарных запасов;
J — импорт товаров;
E — экспорт товаров.

Чтобы составить динамику оценки возможного изменения емкости рынка в будущем, необходимо проследить тенденции развития производства и спроса. Реально складывающаяся емкость рынка может не отражать потенциальной емкости, которая определяется личными и общественными потребностями и отражает адекватный им объем реализации товаров.

Под потенциалом рынка понимается его способность купить и/или потребить товар или услугу. Это количественная мера, характеризующая абсолютное или относительное число единиц продукции, которое может быть закуплено или потреблено тем или иным сегментом рынка за определенный период. Другими словами, расчет емкости рынка должен дать ответ на вопрос, сколько и какие товары необходимо иметь на рынке, чтобы наиболее полно удовлетворить существующие и возможные потребности покупателей.

Прогнозирование емкости рынка товаров в первую очередь следует осуществлять на основе комплексного использования нормативных методов. Первичные сведения о потребности населения в новой продукции могут поступать из следующих источников: конъюнктурные справки магазинов, мелкооптовых и оптовых баз — опорных пунктов (два-три в каждом районе); специальные наблюдения в форме опроса покупателей, выставок-продаж, выставок-просмотров.

Анализ спроса предполагает использование системы показателей:

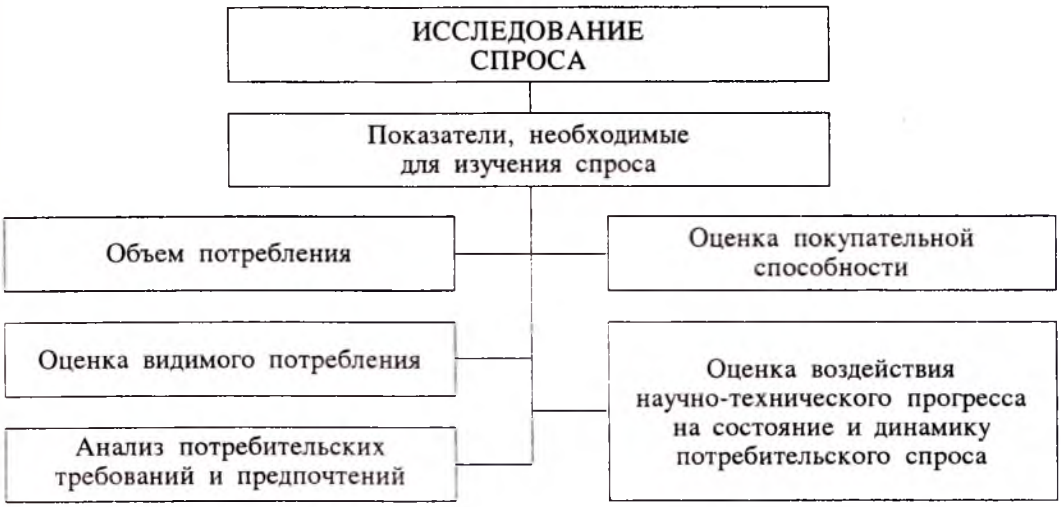


Рис. 2. Система показателей для исследования спроса

Объем потребления рассчитывается для текущего периода. На основе определения темпов его роста в прошлом дается оценка объема потребления на перспективу. Оценка видимого потребления определяется как производство плюс импорт минус экспорт.

Оценка покупательной способности населения рассчитывается путем анализа ряда показателей: уровня цен, уровня заработной платы, уровня сбережений и др. Кроме того, покупательная способность определяется потреблением интересующих видов продукции на душу населения.

Анализ потребительских предпочтений позволяет определить качественные и количественные характеристики спроса, выявить основные тенденции его развития.

Показатели, необходимые для анализа требований потребителя к товару и потребительских предпочтений

В процессе анализа конъюнктуры рынка особое место отводится изучению покупательских требований и предпочтений.

Система показателей, необходимых для такого анализа, включает:

1. Общие требования потребителя к товару, среди которых можно выделить следующие:
— новизна и технический уровень изделий;
— качество изготовления, бесперебойность в эксплуатации;
— уровень послепродажного технического обслуживания и характер предоставляемых услуг;
— соотношение цены изделия и полезного эффекта от его использования.

2. Важно знать и специфические требования потребителя к ассортименту и качеству изделия, его внешнему виду, способу упаковки и маркировки, товарному знаку. Среди них такие, как:
— ассортимент и качество изделия, оценка его внешнего вида, способа упаковки и маркировки, использование товарного знака;
— географические и климатические условия использования;
— действующие технические стандарты;
— привычки и вкусы потребителей;
— надежность и удобство изделия в эксплуатации;
— бездефектность, прочность.

3. Анализ потребительских предпочтений предполагает изучение действий потребителей в отношении оценки и выбора товара с учетом характера изделия и его назначения. Дифференциация продукта происходит прежде всего через индивидуализацию конкретной марки изделия.

Предпочтение потребителя определяется престижностью изделия, дизайном, привычкой пользоваться товаром определенной марки. Потребители, как правило, предпочитают специализированное оборудование универсальному, считают, что лучше приобрести оборудование по более высокой продажной цене, но с более низкими расходами на его эксплуатацию.

Предпочтение потребителей обычно отдается хорошо известной на рынке фирме, которая четко выполняет взятые на себя обязательства и обеспечивает бесперебойную эксплуатацию, своевременное техническое обслуживание, оптимальное соответствие качества, потребительских свойств и цены товара.

Одним из методов определения приоритетности изделия с точки зрения интересов покупателей является анкетирование.

Анкетные опросы позволяют выяснить степень и мотивы предпочтения при выборе товара, требования к качеству, отношение к цене и пр. Анкеты целесообразно распределять пропорционально объему продаж магазина, района, города, поскольку он пропорционален количеству покупателей. Анкеты экспертного опроса должны содержать все важнейшие характеристики товара или оказываемой услуги. Затем по каждой характеристике следует установить три уровня значимости: важно; желательно; значения не имеет. В соответствии с выделенными уровнями значимости определяются три группы потребителей.

Первую группу составляют потребители, для которых указанные в анкете характеристики товара важны.

Вторую группу потребителей составляют потребители, которым указанные характеристики желательно иметь.

Третью группу образуют потребители, для которых данные характеристики не имеют значения.

Пожелания потребителей первой группы имеют значимость, равную единице. Во второй группе значимость — 0,5, а в третьей она равна нулю. Анкетируемым покупателям должен предлагаться один из трех уровней значимости по каждой характеристике; количество сегментов опроса должно быть небольшим.

Для оценки предложения используется ряд показателей:

Рис. 3. Система показателей для анализа предложения

Фактическую долю рынка определяют путем сопоставления фактического объема производства, реализации данной фирмы с суммарным объемом производства, реализации по конкретному рынку. Из годовых отчетов фирм и периодической печати получают также сведения о планах и программах отдельных компаний по затратам на НИОКР, по расширению производственных мощностей и модернизации производства, а также по предполагаемой стоимости затрат и выпуска продукции на рынок.

При анализе предложения конкретного товара важное значение имеет изучение состояния и тенденций развития соответствующего мирового товарного рынка. Фирмы ведут непрерывные исследования по выявлению перспектив НТП, большое внимание уделяется ожидаемым открытиям, которые могут

повлечь за собой коренные изменения в области производства и сбыта на мировом товарном рынке и в сфере международного товарооборота в целом.

Анализ предложения товара предполагает систематизацию поиска. Иногда исследователю не хватает знаний для того, чтобы объективно оценить предложение товара. В этом случае прийти на помощь могут следующие источники информации: доверительная беседа с компетентными сотрудниками; аналитический обзор специальных книг и журналов; изучение рекламы конкурентов; тщательный просмотр каталогов, проспектов, объявлений и других материалов, близких к данной отрасли; изучение брошюр, издаваемых патентными службами; просмотр ежедневной экономической прессы; анализ старых публикаций; посещение ярмарок и выставок; просмотр специальных телевизионных программ; беседы с клиентами и поставщиками; дискуссии с руководителями подразделений; изучение и анализ предложений сотрудников предприятия; изучение опубликованных докладов по исследованию рынка; посещение конференций, конкурсов и соревнований; беседы с консультантами.

Помимо такого способа обработки вторичной информации существуют и другие методы исследования. Один из них — функциональный анализ. Однако надо иметь в виду вполне конкретный продукт, который можно функционально описать. При этом необходимо в первую очередь исследовать все его свойства. Затем следует определить, какие новые функции он может выполнить или какие функции, уже находящиеся на рынке продуктов, он выполняет лучше. Если новый продукт имеет явные преимущества в выполнении определенных функций или превосходит конкурирующие продукты по всем функциям, можно рассчитывать на успех.

Морфологический метод предполагает выбор основной проблемы, которая расчленяется на системные элементы.

Метод «мозговой атаки» не ограничивает полет фантазии. Это интуитивно-творческий метод. Создается атмосфера раскованности, каждый участник может использовать идеи партнеров. Поскольку главное в этом методе — количество идей, а не их качество, то не должно быть никакой критики. Большое количество идей должно дать возможность найти приемлемое решение.

Метод синектики (известный как метод В. Дж. Гордона) ориентируется на способы мышления творческих работников. В группах от двух до шести человек один является координатором. Процесс групповой работы начинается с представления проблемы экспертом. Затем проблема точно формулируется и анализируется. Записываются любые спонтанные реакции. Наконец, проблему пытаются рассмотреть с другой точки зрения, привлекая при этом аналогии. Делается попытка подробно описать прямые аналогии и через проекцию описания подойти к проблеме, требующей решения. После этого можно сформулировать первый подход к решению проблемы. Для выбора стратегии предложения можно также воспользоваться методом статистической игры.

На основе исследования спроса и предложения потребительских предпочтений производится прогноз возможностей развития рынка. Определяющими в связи с этим являются: оценка возможностей развития спроса на продукцию на конкретном рынке; определение перспектив в изменении емкости рынка; определение возможностей развития производства, потребления, уровня цен.

Резюме

Рынок как развитая система отношений товарного обмена представляет собой совокупность отдельных рынков (по группам и видам товаров, международные, национальные, региональные, локальные). Это прежде всего рынки ресурсов, а также другие рынки. В свою очередь, эти рынки разбиваются на более узкие и т.д.

Исследование экономической конъюнктуры товарного рынка включает анализ и прогноз состояния рынка конкретного товара и предполагает изучение отраслей производства и потребления рассматриваемой продукции, их взаимосвязей, а также инфраструктурного обеспечения изучаемого рынка.

Прогноз товарного рынка — объективное, вероятностное по своей природе суждение о динамике важнейших характеристик товарного рынка и их альтернативных вариантах при условии выполнения сформулированных гипотез с целью выработки рекомендаций для поведения фирмы на рынке.

Вопросы для самопроверки

1. *Каковы основные направления экономического анализа конъюнктуры товарного рынка?*
2. *Перечислите основные этапы процесса анализа экономической конъюнктуры товарного рынка.*
3. *Каковы место и роль прогноза товарного рынка?*
4. *Перечислите основные показатели, используемые при анализе экономической конъюнктуры товарного рынка.*

Основные понятия

Анализ рынка — изучение рынка товаров и услуг (спроса и предложения, поведения потребителей, рыночной конъюнктуры, динамики цен).

Анализ хозяйственной деятельности — одна из ветвей экономического анализа, связанная с изучением производственной, финансовой, торговой деятельности предприятий, фирм, домашних хозяйств. Такой анализ направлен на выявление величины и изменения во времени экономических показателей, характеризующих производство, обращение, потребление продукции, товаров, услуг, эффективность использова-

ния ресурсов, качество производимого продукта. В ходе анализа выявляются причины и возможные последствия наблюдаемых, изучаемых факторов.

Анализ спроса и предложения — область экономических исследований, основной задачей которых является предвидение потребностей общества (населения, предприятий и организаций, государственных структур, внешней сферы) и определение путей их удовлетворения.

Литература

1. **Котлер Ф.** Управление маркетингом / Пер. с англ. Б.А. Гольдберга и др. — М., 1980.
2. **Рузавин Г.И., Мартынов В.Т.** Курс рыночной экономики.— М., 1994.
3. **Основы экономической теории и практика рыночных реформ в России** / Под ред. М.М. Загорулько и др. — М., 1997.

Глава 11

Система индикаторов, характеризующих конъюнктуру товарного рынка. Товарный анализ

1. *Основные методологические подходы к анализу товарных рынков*
2. *Общая принципиальная схема оценки состояния и развития товарных рынков*
3. *Конъюнктура рынка и ее индикаторы*
4. *Методы исследования товарных рынков и необходимая информация*

Основные методологические подходы к анализу товарных рынков

По мере развития рыночных отношений в странах мира все больше внимания уделяется анализу товарных рынков. Товарный рынок выступает как разновидность рынка вообще и представляет собой совокупность локальных рынков: отдельного товара или отдельного региона. Дифференциация товарных рынков осуществляется по различным признакам: материальность товара, потребительское назначение, срок использования, специфика товародвижения и т.д. Региональное деление рынков в известной мере условно, поскольку границы рынка не всегда совпадают с административными или природно-географическими границами.

Изучение товарного рынка является одним из приоритетных направлений аналитических исследований, поскольку необходимо отразить состояние рынка, охарактеризовать его структуру и динамику, оценить его колебания, выявить влияние ряда факторов, действующих на рынке. Следствием этого является политика государства, предприятий и предпринимателей по формированию и развитию товарных рынков. На этой основе разрабатываются и осуществляются меры по законодательному и нормативному регулированию, направленные на обеспечение соблюдения всеми рыночными агентами экономического правопорядка и защиту их экономических прав и свобод, а также интересов участ-

ников международных экономических отношений и внешнеэкономической деятельности.

Исследования товарных рынков проводятся дифференцированно, поскольку последние могут быть разделены и по видам товаров. В свою очередь, каждый сектор подразделяется на биржевой, оптовый (включая мелкооптовый) и розничный. Кроме того, отдельными исследованиями могут охватываться рынки предприятий различных форм собственности (так называемые субрынки), а также рынки организованной и неорганизованной торговли. Главной целью исследований товарных рынков является получение информации о состоянии рынка на конкретный отрезок времени, о закономерностях и тенденциях их развития, о структуре и региональных особенностях.

Для удовлетворения потребностей хозяйствующих субъектов в рыночной информации практически всех стран мира выделяются два направления статистики товарных рынков: государственная статистика, удовлетворяющая потребности государственного управления и контроля, и бизнес-статистика, ориентированная на удовлетворение нужд предпринимателей. В зависимости от устройства экономической жизни в стране роль и значение каждого из направлений могут изменяться. Несомненно, что предприниматель больше всего заинтересован в оценке и прогнозировании рыночной ситуации. Поэтому в бизнес-статистике и получили широкое распространение различные методы маркетинговых исследований, рассчитанные прежде всего на микроуровень. Тем не менее государство на основании исследований товарных рынков на макроуровне может достаточно эффективно выполнять функции арбитра по отношению к другим участникам рыночного процесса, осуществлять контроль и протекционизм по отношению к товарным ресурсам, вести борьбу с монополизмом и стимулировать малый бизнес, контролировать конкуренцию, защищать потребителей и содействовать им.

Методология анализа товарных рынков подчинена целям исследования и в какой-то мере обусловлена имеющимися статистическими данными. Это означает, что если необходимые выводы можно получить на основе применения более простых методов анализа, то совсем необязательно использовать какие-то особые или сложные методы.

Большое значение при анализе имеет использование абсолютных показателей. Пожалуй, их роль наиболее высока именно при исследовании товарных рынков, поскольку с их помощью можно получить объективные характеристики рынка — его масштабы, потенциал, объем товарной массы, размер прибыли, полученной в результате коммерческой деятельности на рынке, и т.п., — что является исходной базой для прогнозирования. Конечно, сказанное нисколько не умаляет роль относительных показателей, которые позволяют дать оценку рыночной ситуации, охарактеризовать скорость и вектор изменений, обеспечить сопоставление с конкурентами, отразить пропорциональность развития и т.д.

Не теряет своего значения и метод группировок, выступающий в двух вариантах: как способ выделения типических однородных групп и как метод анализа структуры изучаемой совокупности. Изучение закономерностей рынка может потребовать построения и анализа рядов распределения, расчета их характеристик. В анализе состояния рынка, территориального распределения товарооборота и некоторых других показателей могут использоваться и специфические методы регионального анализа.

Одним из наиболее распространенных методов анализа товарных рынков является индексный, который позволяет решить целый ряд задач. Наряду с динамическими индексами находят применение территориальные, биржевые, индексы соотношений, качественных оценок, деловой активности и т.д.

Самым ответственным моментом анализа является интерпретация полученных показателей и параметров построенных моделей, а также формулирование выводов итогов исследования. Следует иметь в виду, что результаты изучения товарных рынков зачастую оформляются в виде таблиц, поэтому в текстовой части выводов лучше четко и сжато отразить главное, а не пересказывать содержание анализируемой таблицы, повторяя дословно ее показатели.

Общая принципиальная схема оценки состояния и развития товарных рынков складывается из пяти блоков показателей:

Рыночная ситуация *(т.е. конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке на данный момент или ограниченный период под воздействием комплекса сил, факторов и условий).* В этом блоке исследуются источники поступления товаров, соотношение отечественных и импортных товаров, состояние и перспективы торговли импортом и т.д. Рассматриваются конкурентная среда, степень развитости конкуренции. Изучается поведение хозяйствующих субъектов на рынке.

Цены. Проводится работа по отслеживанию изменений цен на заранее определенные виды товаров, выступающих в качестве «профильных» для того или иного рынка. Изучаются вопросы уровня цен, их структуры, колеблемости, соотношений, а также территориальных различий.

Движение товарной массы. Анализируются само товародвижение (т.е. физическое перемещение) и уровень запасов готовой продукции, их динамика. Также применяются показатели, характеризующие товарооборот и товарооборачиваемость.

Рыночная инфраструктура (т.е. совокупность подотраслей и средств, организационно и материально обеспечивающих основные рыночные процессы и деятельность рыночных структур) состоит из трех подблоков: материально-техническая база, транспортно-информационное обеспечение, трудовой контингент. Этот блок охватывает перепись предприятий розничной и оптовой торговли, их структуру по объемам товарооборота, числу занятых, формам собственности, специализации и т.д. Сюда же относится исследование предприятий складского хозяйства. В условиях переходной экономики ряда стран представляет интерес процесс ломки вертикальных структур оптовой торговли, формирования рыночных отношений между оптовыми партнерами, создания новой инфраструктуры — бирж, торговых домов, брокерских и маклерских посредников, процессы приватизации.

Эффективность рыночной деятельности. Блок содержит аналитические показатели, позволяющие оценить социально-экономический эффект и эффективность рыночной деятельности (например, для макроуровня таким показателем выступает ВВП, на микроуровне — прибыль в процентах к товарообороту или издержкам производства).

Для создания информационной базы статистики товарных рынков, представляющих собой систему отношений купли-продажи, и организации статистического наблюдения за деятельностью предприятий розничной и оптовой торговли как субъектов рынка в России разработана система основных эконо-

мических показателей для статистической оценки товарных рынков. Она подготовлена на базе концепции развития товарных рынков в России, разработанной Министерством экономики. Эта концепция одобрена Постановлением Правительства России № 936 от 3 августа 1996 г. «О комплексной программе развития инфраструктуры товарных рынков РФ». Основная ее цель — создание условий и механизмов, обеспечивающих развитие и эффективное функционирование инфраструктуры товарных рынков. Программа развития должна быть разработана в разрезе подсистем с учетом особенностей отдельных секторов товарных рынков (продовольственных товаров, медикаментов и т.д.) и их сегментов (поставки продукции для государственных нужд, в районы Крайнего Севера, на взаимосвязанной основе со странами СНГ и т.д.). Финансирование мероприятий программы должно осуществляться преимущественно за счет заинтересованных организаций. До 1 декабря 1997 г. должен был быть подготовлен проект комплексной программы. В целях обеспечения контроля и повышения достоверности публикуемых сведений в рамках Госкомстата создано и функционирует Управление статистики товарных рынков и торговли.

Разработанная система показателей на 60% обеспечивается за счет государственного статистического наблюдения, на 20–25% базируется на проведении статистических расчетов, выборочных обследований, опросов, до 20% основана на информации министерств и ведомств.

Конъюнктура рынка и ее индикаторы

К числу наиболее важных задач анализа товарных рынков относится изучение рыночной конъюнктуры. Причем эта задача является актуальной и на макро-, и на микроуровне. Ни одна фирма, будь то крупная или мелкая, не сможет эффективно действовать на рынке без оценки ситуации на нем. Любое долгосрочное или оперативное решение принимается на базе конъюнктурных оценок.

Конъюнктура — сложное и быстро меняющееся явление, складывающееся из множества единичных сегментов и действий, развитие которых подчиняется вероятностным законам. Она определяется кругом качественных и количественных признаков, поддающихся измерению и оценке.

Конъюнктура рынка может меняться неожиданно и под воздействием разнообразных причин, даже таких, казалось бы, невесомых, как слухи. Стихийность рынка, хотя и ограниченная в определенных пределах государственным регулированием, является его основополагающим признаком. Она как бы заложена в рыночный механизм. Поэтому изменения ведущих параметров рынка на некоторых отрезках времени, неизбежно происходящие с различной скоростью и интенсивностью, и приводят к нарушениям пропорциональности рыночного процесса.

Стратегические цели конъюнктурного анализа требуют выявления и моделирования закономерностей действия рыночного механизма. Это необходимо для обеспечения предсказуемости развития рынка и обоснования применения социально-экономических рычагов регулирования. Оперативно-функциональные задачи оценки и анализа сложившейся ситуации ориентированы на удовлетворение потребностей маркетинга и менеджмента.

Сочетание стратегических и оперативных целей позволило сформулировать задачи конъюнктурного анализа[10]:

— сбор и обработка конъюнктурной информации;
— интегральные и дифференцированные оценки состояния рынка, типология рыночной ситуации, градация состояния рынка;
— характеристика масштаба (объема) рынка;
— оценка и анализ основных пропорций рынка;
— выявление, анализ и прогнозирование тенденций развития рынка и его динамической устойчивости;
— оценка и анализ колеблемости, сезонности и цикличности развития рынка;
— оценка и анализ региональных различий;
— оценка и анализ деловой активности;
— оценка коммерческого (рыночного) риска;
— характеристика степени монополизации рынка и интенсивности конкуренции.

Реализация поставленных задач фактически позволяет судить о динамике таких трудно измеряемых показателей, как спрос и предложение. Проблема интегральной оценки рыночной ситуации в настоящее время убедительно не решена. Используемые методы (например, построение экономического барометра, разработка стратегической матрицы Маккинси и т.п.) имеют определенные и порой существенные недостатки.

Это и обусловило особенности построения системы показателей анализа рыночной конъюнктуры, предполагающей активное использование косвенных расчетов и входящей в рассмотренный выше первый блок общей схемы оценки товарных рынков. Данный блок включает девять субблоков, которые, в свою очередь, объединяют некоторое число конкретных показателей, характеризующих те или иные стороны рыночной конъюнктуры. Следует отметить, что нижеизложенные показатели включают в себя не только специфические показатели конъюнктуры, но и ряд показателей других блоков:

Таблица 1

	Субблоки	Показатели
1	Предложение товаров	Объем, структура и динамика предложения Производственный и сырьевой потенциал предложения Эластичность предложения
2	Покупательский спрос	Спрос в дифференциации по следующим признакам: степень удовлетворения, вектор изменения, формы образования, покупательские намерения, состояние рынка и места покупки Потребительский потенциал: емкость рынка средств производства, емкость рынка потребительских товаров, емкость рынка услуг Эластичность спроса

[10] **Статистика рынка товаров и услуг** / Под ред. И.К. Беляевского. — М., 1997.

Таблица 1 (*продолжение*)

	Субблоки	Показатели
3	Пропорциональность рынка	Соотношение спроса и предложения Соотношение рынков средств производства, потребительских продуктов и услуг Товарная структура товарооборота Раздел (доли) рынка между производителями, оптовыми и розничными продавцами Структура продавцов по формам собственности Структура покупателей (оптовых — по формам собственности, розничных — по социально-демографическим и другим потребительским признакам) Региональная структура рынка
4	Тенденция развития рынка	Темпы роста, векторы и параметры трендов развития, цен и товарных запасов, инвестиций и прибыли
5	Колеблемость, устойчивость и цикличность рынка	Коэффициенты вариации продажи, цен и товарных запасов во времени и в пространстве (экономическом и географическом) Параметры моделей сезонности и цикличности развития рынка
6	Региональные различия состояния и развития рынка	Региональная вариация соотношения спроса и предложения и других пропорций рынка Региональная вариация уровня спроса (в расчете на душу населения) Региональная вариация темпов динамики основных параметров развития рынка
7	Деловая активность	Портфель заказов, его состав, заполненность и динамика Число, размер, частота и динамика сделок Степень загруженности производственных (торговых) мощностей
8	Коммерческий (рыночный) риск	Инвестиционный риск Риск принятия маркетинговых решений Риск случайных рыночных колебаний
9	Масштаб (размер) рынка, уровень монополизации и конкуренции	Число фирм, выступающих на рынке каждого товара, их распределение по формам собственности, организационным формам и специализации Общий объем реализации товаров на рынке и распределение фирм по объему сбыта или продажи Раздел рынка Доля малых, средних и крупных фирм в общем объеме рынка

Отдельную проблему при анализе товарных рынков представляют исследование каналов реализации товаров, их отражение в отчетности и анализ.

Стремительный рост числа агентов рынка в России привел к несколько парадоксальной ситуации: государственные органы порой точно не знают, кто действует на том или ином рынке, хотя сами участники рынка имеют прекрасное представление о своих основных конкурентах, их ценовой политике.

Методы исследования товарных рынков и необходимая информация

В качестве базы для конъюнктурного анализа могут использоваться различные статистические данные о производстве, товарообороте, товарных запасах, ценах, финансах и т.д., содержащиеся в многочисленных статистических сборниках, справочниках и публикациях. Но этой информации не всегда достаточно для полноценного анализа рынка, поэтому для получения дополнительной информации могут применяться и другие методы изучения рынка, или методы так называемой субъективной статистики:

1. Экономические расчеты или досчеты (например, при определении объемов розничного или оптового товарооборота, так как в ряде стран широко распространены такие явления, как неорганизованные ввоз и продажа товаров. В России, в частности, их объем увязывается с данными таможенной статистики и статистики домашних хозяйств, а также с товарными ресурсами).
2. Экспертные оценки, тенденциальные опросы специалистов, метод «мозгового штурма» (наиболее пригодны в тех случаях, когда невозможно получить непосредственную информацию о каком-либо процессе или явлении).
3. Выборочные исследования (инициируются для решения конкретной проблемы, с которой сталкивается предприятие. Возможно проведение на государственном уровне для корректировки методов регулирования того или иного рынка).
4. Анкетирование (наиболее пригодно для тех вопросов, ответы на которые невозможно выразить количественными параметрами, традиционно присущими статистическим формулярам. Например: Как оцениваются проблемы, с которыми сталкивается предприятие при формировании портфеля заказов? В чем причины неконкурентоспособности продукции предприятия? Какие меры принимаются для преодоления трудностей вхождения в рынок? Каковы предпочтительные для фирмы способы реализации продукции? В чем причины предпочтения импортной продукции отечественной? Существует ли возможность выбора поставщиков? Имеется ли удовлетворенность в качестве приобретаемой продукции?).

Для всеобъемлющей характеристики рынка необходима информация четырех типов:

Данные о концентрации продавцов на рынке. Концентрация измеряется с помощью ряда статистических показателей. Помимо используемых в российской статистике показателей абсолютного индекса концентрации и индекса Херфиндаля—Хиршмана в других странах также применяются (наряду с вышеизложенными) индекс относительной концентрации, показатель энтропии, показатель дисперсии рыночных долей, индекс Холла—Тайдмана и т.д.

Практическая польза от анализа данного типа информации состоит в том, что можно рассмотреть уровень развития рынка, конкуренции на нем. Чем выше концентрация продавцов на рынке (при прочих равных условиях), тем ниже степень принятия решений относительно цен и тем ниже уровень монопольной власти. Однако связь между концентрацией продавцов и уровнем монопольной власти не прямая, поскольку не нее оказывают воздействие так называемые нестратегические факторы рыночной структуры.

Данные о нестратегических факторах рыночной структуры. К ним относятся: эластичность и направления изменения спроса; характер отдачи от масштаба производственной деятельности; масштабы и формы вертикальной интеграции и вертикальных ограничений на рынках; потоки внешней торговли; уровень развития инфраструктуры товарного рынка; замещаемость товаров разных фирм на рынке; регулирующее воздействие государства.

Влияние нестратегических факторов на развитие рынка может быть не только противонаправлено влиянию концентрации продавцов, но способно даже нейтрализовать воздействие концентрации на уровень монопольной власти. Положительная отдача от масштаба — снижение издержек на единицу продукции с ростом выпуска — в условиях низкого использования производственных мощностей приводит к активной ценовой конкуренции. Напротив, неразвитость инфраструктуры (к примеру, слабая система информации покупателей о возможных источниках и каналах приобретения товаров) приводит к снижению ценовой конкуренции и формированию монопольной власти даже в условиях низкой концентрации продавцов.

При важности идентификации нестратегических факторов для характеристики рынка не все из них поддаются измерению с помощью объективных статистических показателей.

Информация о поведении (стратегии) фирм. Она включает в себя: ценовую, ассортиментную, финансовую, инвестиционную, инновационную политику, политику выбора поставщиков и т.д.

Политика фирм формирует важные особенности рынка. Так, выбор ассортимента показывает уровень риска, с которым сталкивается предприятие в своей деятельности: чем выше специализация, тем выше риск. Кроме того, политика фирм позволяет сделать вывод об уровне их монопольной власти — возможности влиять на цену. Если фирма широко использует ценовую дискриминацию — назначение разных цен товара для разных покупателей, — можно сделать выводы, во-первых, об активной адаптации продавца к условиям спроса, во-вторых, о наличии у продавца монопольной власти.

Данные о монопольной власти продавцов. В условиях переходной экономики использование применяемых на Западе показателей (индекса Бэйна, индекса Лернера, индекса Тобина и др.) сопряжено с рядом трудностей.

Резюме

Товарный рынок как объект анализа обладает рядом специфических свойств. Часть из них вытекает из природы рынка как та-

кового, поэтому их количественная оценка напрямую либо невозможна, либо осуществляется с помощью косвенных показателей. Другая их часть определяется конкретными характеристиками каждого локального товарного рынка и поэтому поддается измерению и прогнозированию.

Общая схема оценки состояния и развития товарных рынков складывается из пяти блоков показателей: рыночная ситуация (конъюнктура), цены, движение товарной массы, рыночная инфраструктура и эффективность рыночной деятельности.

К числу наиболее важных задач анализа товарных рынков относится изучение рыночной конъюнктуры. Система показателей конъюнктуры рынка позволяет оценить такие факторы, как предложение товаров, покупательский спрос, пропорциональность рынка, тенденции развития, деловая активность, риски, масштабы рынка и т.д. При этом типы используемой для анализа информации определяют необходимые методы исследования конъюнктуры.

Вопросы для самопроверки

1. *В чем состоит специфика товарного рынка?*
2. *Какие показатели характеризуют пять блоков оценки и состояния товарных рынков?*
3. *Назовите основные задачи конъюнктурного анализа.*
4. *Какие выводы можно сделать на основании анализа различных типов информации о товарном рынке? Как эти типы влияют на методы исследования рынка?*

Основные понятия

Деловая активность — рыночное явление, характеризуемое числом и размером сделок, их динамикой, состоянием и заполнением портфеля заказов.

Потенциал рынка — прогнозная (расчетная) совокупность производственных и потребительских сил, обусловливающих спрос и предложение.

Рыночная ситуация — конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке на данный момент или в ограниченный период под воздействием комплекса сил, факторов и условий.

Тенденциальный опрос — опрос руководящего состава и специалистов фирмы по специально разработанному списку вопросов, отражающему характеристику рыночной ситуации и тенденций развития рынка.

Литература

1. **Левшин Ф.М.** Мировой рынок. — М., 1996.
2. **Кондратьев Н.Д.** Проблемы экономической динамики. — М., 1989.
3. **Статистика рынка товаров и услуг** / Под ред. И.К. Беляевского. — М., 1997.

Глава 12

Система индикаторов, характеризующих конъюнктуру товарного рынка. Фирменный анализ

1. *Некоторые общие подходы, характерные для фирменного анализа*
2. *Конкурентная борьба*

Некоторые общие подходы, характерные для фирменного анализа

При анализе товарного рынка основное внимание уделяется состоянию рынка того или иного товара, дается характеристика его структуры, динамики, отслеживаются колебания различных показателей и т.д. Отсюда — специфическая система индикаторов. Что касается фирменного анализа, то здесь подходы несколько иные. Мы ведь исходим из того, что рыночное хозяйство представляет собой хозяйство экономически обособленных, самостоятельных производителей, ориентирующихся в своей деятельности на рынок. При этом в рыночной экономике производство осуществляют лишь те фирмы, которые желают и способны принять наиболее эффективную организацию и технологию производства, поскольку это обеспечивает им наибольшую прибыль.

В настоящее время, спустя семь-восемь лет после первых шагов на пути либерализации рынка, внешней торговли в России и странах СНГ, в бывших социалистических странах появились серьезные компании, постепенно набирающие опыт международной торговли, такой опыт, к обладанию которым широкоизвестные фирмы шли в течение десятилетий.

Фирменный анализ необходим и компаниям, которые представляют собой конкретный завод, фабрику. Там на карту ставится судьба производства, зачастую масштабного, с большим числом работников.

Каждая фирма представляет собой часть отрасли — машиностроительной, химической, нефтяной и т.д. Отрасли сильно разнятся по своим экономическим характеристикам, конкуренции внутри них и перспективам развития. Рынок, на котором работают компании, может быть как локальным, так и мировым. Однако многие индикаторы, характеризующие рынок с позиции фирменного анализа, зачастую мало чем отличаются.

По своим экономическим характеристикам, уровню конкуренции, перспективам развития отрасли отличаются друг от друга. Однако имеется определенный набор приемов и методов, который позволяет правильно анализировать и оценивать положение в той сфере, в которой действует данная компания. На первом этапе, при разработке правильной стратегии деятельности фирмы, необходимо выявить общую ситуацию в отрасли и ответить на главный вопрос: выгодно ли компании вести свой бизнес на данном рынке?

В связи с этим необходимо проанализировать основные показатели, характеризующие данную отрасль.

Во-первых, необходимо определить размеры рынка. Как правило, для фирмы, выпускающей промышленную продукцию, важно знать, какие физические объемы может «переварить» данный рынок, каковы объемы финансовых потоков на нем. Действительно, небольшие рынки не являются привлекательными для крупных, да и новых, компаний. А вот объемные рынки притягивают внимание мощных корпораций.

Здесь уместно привести пример. Согласно прогнозам Международного энергетического агентства, в 2010 году спрос на нефть в странах Северной Америки составит 1,08 млрд. *т*. Спрос в странах бывшего СССР ожидается в пределах 350 млн. *т*. Таким образом, потребление нефти в США и Канаде в 3 раза превысит аналогичный показатель для стран бывшего СССР. Вряд ли у нефтяных компаний встанет вопрос о том, где можно заработать больше денег.

Важным показателем является и темп роста размеров рынка. Если этот показатель высок — 7–10% в год, то рынок выглядит весьма и весьма привлекательно. Быстрый рост облегчает проникновение на рынок. Замедление роста ведет к уходу с рынка наиболее слабых фирм. В качестве примера можно привести такие показатели. Темпы роста спроса на газ в КНР в период 1992–2000 годов составляют примерно 9,8% в год, в то время как в европейских странах ОЭСР данный показатель едва достигает 1,8%. Зная эти прогнозные показатели, ряд газовых компаний уже сейчас ведут переговоры по строительству газосетей в Китае.

Важнейшим показателем является число конкурентов, фирм, работающих на данном рынке. При этом следует исходить из того, какова модель данного рынка. Согласно классическому определению, известны четыре основные модели рынка: чистая монополия (рынок занят одной компанией, которая в значительной степени контролирует цены, блокирует вступление конкурентов в отрасль и выпускает уникальный товар); олигополия (несколько фирм, выпускающих стандартизированный товар; в части контроля над ценами ограничены взаимной зависимостью); монополистическая конкуренция (достаточно большое число фирм, выпускающих так называемый дифференцированный продукт, имеют довольно ограниченную возможность контролировать цены; при этом вступление новых конкурентов на рынок осуществляется достаточно легко); чистая конкуренция (наличие множества фирм, поставляющих стандартизированный товар, способствует отсутствию контроля над ценой; условия вступления в отрасль достаточно легкие).

Работая в условиях чистой монополии, фирма стремится создать такие условия, при которых вхождение в «охраняемый бизнес» других компаний было бы связано с большими трудностями. Необходимо постоянно анализировать возможности качественного усовершенствования продукции, противодействовать появлению товаров-заменителей.

Особенности олигополистического рынка определяют ряд возможных направлений конкурентной борьбы. Так, необходимо постоянно отслеживать ценовую динамику. Компании идут на создание тайных альянсов, заключают негласные соглашения о фиксации цен, распределении рынка или другим образом ограничивают конкуренцию между собой.

Основными задачами фирмы в условиях монополистической конкуренции является создание условий для реализации эффекта экономии от увеличения масштабов производства, предотвращение лишних расходов, создание интеграционной цепочки «проектирование — производство — реализация продукции», специализация на конкретном типе товара, концентрация усилий компании на отдельных региональных (локальных) рынках.

Анализируя такой показатель, как число компаний в отрасли, целесообразно знать доли этих компаний на рынке (по стоимостным показателям, по показателям выпуска физических объемов продукции и т.д.). Важно знать и число потребителей. Безусловно, в данном контексте речь идет преимущественно о крупных потребителях, об их финансовых возможностях.

Аналитикам компании необходимо выяснить степень вертикальной интеграции у главных конкурентов. Целесообразно иметь представление о том, какова направленность вертикальной интеграции: интегрирована ли компания с поставщиком сырья либо с покупателем продукции. Высокая степень интеграции повышает требования к размерам капитала. Зная, что конкурент «завязан» с поставщиком сырья или с оптовиком, уже изначально можно предполагать определенную степень его свободы в выборе подходящей цены на продукцию.

Рассматривая положение в отрасли, необходимо иметь четкое представление об уровне капиталовложений, темпах внедрения новых технологий, степени стандартизации продукции, уровне загруженности производственных мощностей, прибыльности в отрасли и т.д. Так, наличие излишних производственных мощностей приводит к падению цен и прибыли, а сокращение — к их росту. Высокая прибыльность отрасли способствует появлению на рынке новых компаний. Низкая же, наоборот, ведет к сокращению числа компаний на рынке.

Конкурентная борьба

Приступая к анализу ситуации и конкуренции в отрасли, необходимо тщательно изучить сам характер конкурентной борьбы, оценить степень воздействия конкурентных сил, их источники. В принципе конкурентный анализ включает в себя два основных этапа: выявление главных конкурентных сил в отрасли и определение основных вариантов конкурентных стратегий. В научной сфере — в среде специалистов по проблемам конкурентного анализа — авторитетом пользуются разработки представителя Гарвардской школы бизнеса М. Портера.

В специализированной литературе приводятся так называемые пять сил конкуренции по М. Портеру. Автор этой модели считает, что доля рынка, уровень прибыли компании определяются тем, насколько эффективно компания противодействует следующим конкурентным силам:

— появлению на рынке новых конкурентов, выпускающих аналогичные товары;
— угрозе со стороны товаров-заменителей (или субститутов);
— компаниям, уже закрепившимся на данном рынке, имеющим свой сегмент рынка;
— влиянию поставщиков продукции;
— влиянию потребителей продукции.

Оценивая возможность появления новых конкурентов, Портер указывает на необходимость выделить и оценить такие факторы, как тип производства в отрасли и связанный с ним уровень отраслевой себестоимости, степень дифференцированности продукции, необходимость создания новых каналов распределения продукции, потребность в капитале, государственная политика в области регулирования конкуренции.

Наибольшее влияние на отрасль оказывает конкурентная борьба между поставщиками однотипных товаров. Компании, для того чтобы выдержать конкурентную борьбу, следует иметь четкое представление о возможностях фирм-конкурентов: могут ли они и насколько снизить цены на поставляемую продукцию, могут ли они улучшить характеристики товара, способны ли они повысить уровень обслуживания и т.д. В большинстве отраслей, тем не менее, любая стратегия фирмы зависит от стратегий, используемых конкурентами, и от располагаемых ресурсов.

Конкурентная борьба усиливается с увеличением числа соперничающих фирм. При этом присутствие на рынке большого числа компаний приводит к появлению новых творческих инициатив. Выигрывает компания, обладающая наиболее интересными и эффективными новинками.

Необходимо отслеживать процесс появления на рынке новых фирм. Во многом развитие данного процесса зависит от того, имеются ли препятствия для появления новых конкурентов и какова возможная реакция компаний-старожилов. Фирмы-новички, попадая на новый рынок, должны иметь не только необходимые ресурсы для того, чтобы предложить необходимое количество конкурентоспособного товара, но и ресурсы для конкурентной борьбы с целью закрепления на новом для себя рынке. Новой компании предстоит произвести большой объем продукции, что рискованно и дорого. Однако экономия на масштабах производства поставит фирму в невыгодное положение. В связи с этим менеджеры компании должны будут четко просчитать возможные объемы и издержки производства.

Фирма, выходящая на новый для себя рынок, обязана тщательно изучить так называемое технологическое состояние данной отрасли. Если компания выходит на рынок, имея на вооружении новые технологии, использование которых позволит ей снизить издержки и выдержать на первых порах жесткий прессинг со стороны фирм, имеющих прочные позиции на данном рынке, то это будет способствовать более быстрому ее закреплению на нем.

Анализируя новый для себя рынок или исследуя возможности появления фирм-новичков, менеджеры компании должны исходить из того, что потеря агрессивности фирмами, давно действующими на данном рынке, будет способствовать более легкому вхождению в него новых компаний.

Обострить конкуренцию может появление товаров-заменителей. В этом случае фирма должна тщательно отслеживать количество эффективных заменителей производимого товара, объем производства товаров-заменителей, раз-

ницу в ценах между изделием-оригиналом и его заменителями. Сегодняшний уровень развития технологии позволяет достаточно быстро переходить на выпуск аналогичной по своей сути продукции, но из новых материалов, менее дорогостоящих. Сюда же следует отнести и проблему поставок более дешевых комплектующих и запасных частей.

Необходимо иметь в виду, что конкуренция на рынке будет возрастать, если доля взаимозаменяемых товаров, более дешевых и привлекательных, при сравнительно небольших уровнях затрат на переключение на них потребителя будет расти.

Внутриотраслевая конкуренция может быть крайне жесткой и менее жесткой. Это зависит от ряда факторов, таких как число конкурентов в отрасли, однородность выпускаемых товаров, зрелость, насыщенность рынков, и некоторых других. Одним из способов уменьшить давление внутриотраслевой конкуренции является использование тех сравнительных преимуществ, которыми обладает компания.

Влияние поставщиков на интенсивность конкурентной борьбы в отрасли оказывается с помощью двух средств — цены и качества товара или услуги. Условия, при которых конкурентная борьба возрастает, могут быть следующими:

— сравнительно небольшое количество поставщиков, определяющих политику на рынке;
— отсутствие заменителей поставляемых товаров;
— высокая степень дифференцированности поставляемой продукции;
— низкий уровень вертикальной интеграции производства.

Влияние потребителей продукции на интенсивность конкуренции, сила их воздействия значительны при наличии таких условий, как высокий уровень потребления производимой продукции, особенно если потребляемая продукция составляет большую часть бюджета, высокая степень стандартизации продукции, высокий уровень информированности потребителей и некоторые другие.

При анализе следует иметь четкое представление о том, кто все-таки имеет большее влияние на уровень цен на данном рынке — потребитель или поставщик. Потребители продукции, например, более влиятельны тогда, когда они обладают возможностями в определенной степени взаимодействовать и диктовать свои условия по качеству товаров, гарантиям, обслуживанию и т.д., что в конечном счете ведет и к большему влиянию на цены.

Конкуренция, как правило, сильна, когда спрос на продукцию растет медленно. В условиях быстрого роста рынка накал конкурентной борьбы падает. При замедлении темпов роста компании снижают цены, используют другие методы по наращиванию объемов продаж. Конкуренция усиливается и тогда, когда рыночные условия заставляют фирмы снижать цены или увеличивать объемы производства. Постоянные издержки составляют значительную часть затрат на производство, но стоимость одной единицы продукции снижается при полной или почти полной загрузке производственных мощностей. Незагруженность мощностей вызывает увеличение стоимости единицы продукции.

Конкуренция растет и тогда, когда затраты покупателей при переходе на новый товар возрастают. В этом случае данной фирме будет легче переманить

покупателя. Борьба усиливается и тогда, когда компании не удовлетворены размером своей доли на рынке и пытаются ее увеличить. Конкуренция возрастает в случае, когда затраты на то, чтобы покинуть рынок, выше, чем на то, чтобы на нем остаться.

Среди индикаторов, характеризующих конъюнктуру товарного рынка с позиции фирменного анализа, важное значение имеют и такие, как объем необходимых инвестиций, которые компания готова будет вложить для успешной работы в будущем, доступ к сети сбыта производимой продукции, способность компании выпускать именно те товары, к которым потребители в рамках данного рынка привыкли. Важное значение приобретает и такой фактор, как знание законов и нормативных актов страны, на рынок которой выходит компания, и, безусловно, все нюансы по тарифным и нетарифным ограничениям.

Фирменный анализ предполагает изучение и других сторон конъюнктуры товарного рынка. Важное значение имеет знание структуры конкурентных сил в данной отрасли и в экономике данной страны в целом. Так, необходимо отслеживать долгосрочные тенденции развития не только той отрасли, к которой принадлежит компания. Важно знать финансовое положение, изменения в структуре потребления, периодичность внедрения новых продуктов, наличие ресурсов, изменение структуры затрат, производительности и т.д. Это позволит фирме точнее предсказывать возможности прихода на рынок или ухода больших или малых компаний с рынка. Кроме того, компании потребуется отслеживать изменения в законодательстве и в политике правительства. Все это, вместе взятое, дает представление о структуре конкурентных сил в отрасли.

Определять то, насколько конкурентоспособны фирмы на данном товарном рынке, можно и нужно, сравнивая их издержки производства. Важнейшим показателем являются цены, с которыми компания выходит на рынок. Выходя на рынок, компании представляют потребителю товары, имея при этом различные издержки. Безусловно, следует иметь в виду, что помимо чисто ценовой конкуренции важную роль играет и неценовая.

Анализируя тот или иной товарный рынок, компания должна четко представлять слабые и сильные стороны конкурентов в части цен. Различия в издержках у конкурирующих фирм на данном товарном рынке могут быть вызваны следующими факторами. Исходя из того, что фирмы, как правило, имеют своих поставщиков сырья, полуфабрикатов, топлива, энергии, значительные расхождения в конечной цене закладываются уже на этом этапе. Сюда же следует добавить разные по величине затраты на транспортировку. Важные составляющие — уровень заработной платы, расходы на администрацию, уровень налогообложения.

Различия возникают и из-за используемой технологии, и от того, в какой временной период были внедрены новые технологии или когда произошла замена оборудования. Несвоевременное переоснащение производства, а оно должно все равно произойти, в определенный период снизит конкурентоспособность фирмы, чем, безусловно, воспользуются конкуренты. Различны и издержки, связанные с доставкой продукции конечному потребителю, с наличием или отсутствием собственной сбытовой сети. Большое значение имеет и зависимость компаний, вернее уровень их зависимости, от инфляции.

Естественно, для того чтобы компания была конкурентоспособной на дан-

ном рынке, ее издержки должны быть примерно равны издержкам основных конкурентов. Эти индикаторы необходимо тщательно отслеживать.

Анализируя конкурентов на данном товарном рынке, фирма должна иметь четкое представление об их сильных и слабых сторонах. Во-первых, надо определить их долю на рынке и то, насколько она сопоставима с долей других компаний. Необходимо отслеживать динамику потребления товаров, производимых конкурентами, — растет или нет количество потребителей, какова степень дифференцированности товаров, поставляемых на рынок, насколько быстро и точно по сравнению с конкурентами компания улавливает новые рыночные тенденции, какова концентрация усилий компании на новых быстро развивающихся сегментах рынка, насколько быстро компания улавливает благоприятность ситуации, из которой можно быстро извлечь выгоду, насколько выше или ниже уровень прибыли компании на данном рынке. Важным моментом является и выяснение того, принадлежит ли компания к группе фирм, имеющих сильное положение на рынке, либо она относится к арьергардным компаниям. Ну и, безусловно, многое можно понять и заложить в собственную стратегию развития, если иметь более или менее точное представление о финансовом положении конкурентов. Таковы в целом показатели сильных и слабых сторон компаний в условиях конкурентной борьбы.

В заключение необходимо отметить следующий момент. Как было указано выше, одной из важнейших характеристик активности конкурентной среды является степень противодействия конкурентов друг другу в борьбе за потребителя. Правильно и безошибочно оценить различные факторы, их взаимодействие и взаимоотношения в конкурентной борьбе, в конкурентной среде довольно сложно. Вместе с тем известны методы математического моделирования интенсивности конкуренции. Как правило, выделяют три агрегированных фактора, определяющих интенсивность конкурентной борьбы. Это распределение рыночных долей между конкурентами, темпы роста рынка и его рентабельность. Особо следует отметить, что уже отработаны методики расчета показателей, используемые некоторыми государствами, например, в практике антимонопольной деятельности.

Резюме

Стратегия поведения конкретной фирмы на рынке формируется в конкурентной среде, с учетом конкурентной борьбы. Исследование конъюнктуры товарного рынка включает в себя анализ совокупности поведения субъектов рынка, факторов рынка, влияющих на отношения между производителем и продавцом. Рыночная среда изменчива, она глубоко затрагивает деятельность предприятия и его взаимодействие с конкурентами. Совокупность субъектов рынка и отношений, складывающихся в ходе конкурентной борьбы и определяющих ее интенсивность, представляет собой важный с практической точки зрения объект анализа.

Вопросы для самопроверки

1. *Назовите основные показатели, характеризующие отрасль с позиции фирменного анализа.*
2. *Чем отличается конкурентная борьба между фирмами, действующими на различных типах рынков?*
3. *В чем состоит суть модели М. Портера?*

Основные понятия

Конкуренция — соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели. С точки зрения предприятия такой целью является максимизация прибыли за счет завоевания предпочтений потребителей.

Отрасль в стратегическом управлении — совокупность всех продавцов какого-либо продукта или производителей, предлагающих какой-либо продукт или группу продуктов, полностью заменяющих друг друга.

Модель пяти сил конкуренции разработана М. Портером с целью иллюстрации состояния конкуренции в отрасли. К пяти силам относятся:

1. Соперничество между продавцами внутри отрасли.
2. Попытки компаний из других отраслей завоевать покупателей своими товарами-заменителями.
3. Возможность появления новых конкурентов внутри отрасли.
4. Способность поставщиков диктовать свои условия.
5. Способность потребителей продукции фирмы диктовать свои условия.

Литература

1. **Porter M.E.** Competitive Advantage: Creating a Sustaining Surprior Performance. — N.Y.,1985.
2. **Thompson A.,jr., Strickland A.J.** III. Crafting & Implementing Strategy. Text and reading. — Chicago, 1995.
3. **Стратегическое планирование** / Под ред. Э.А. Уткина. — М., 1998.
4. **Азоев Г.Л.** Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М., 1996.

Глава 13

Особенности анализа конъюнктуры рынков некоторых товаров и услуг

1. *Мировой рынок нефти*
2. *Рынок сталелитейной продукции*
3. *Рынок товаров химической продукции*
4. *Рынок сельскохозяйственной продукции России*

В предыдущих главах были рассмотрены самые различные подходы и приемы анализа конъюнктуры рынков. При этом указывалось, что существуют специфические приемы работы на том или ином рынке, свои особенности. Система индикаторов, характеризующих конъюнктуру товарного рынка, о которой говорилось выше, не теряет своего значения. Знание общих подходов позволяет выполнять поставленные задачи более профессионально.

В качестве примера будут разобраны несколько специфических рынков товаров и услуг, а именно рынки нефти, черных металлов, химических товаров и сельскохозяйственной продукции.

Чем вызван данный выбор товарных рынков? Нефть, а также нефтепродукты — важнейшая составляющая российского экспорта. Сюда же следует отнести и торговлю черными металлами. Но там своя специфика. Интересен рынок товаров химической номенклатуры. Это рынок очень широкой гаммы товаров. Интерес представляет и клиентура данного рынка. Что касается сельскохозяйственной продукции, то в качестве примера взят российский рынок. Очень важно разобраться в том, почему имеет место столь широкое присутствие иностранных поставщиков продовольствия на российских просторах.

Мировой рынок нефти и нефтепродуктов представляет собой весьма тонкую и чувствительную систему. Его «настрой» зависит от многих факторов — политических, экономических, сезонных, региональных, от положения, складывающегося с танкерным флотом, и т.д. Вместе с тем он достаточно хорошо организован, имеет свои особенности, свои «правила игры».

Существуют две формы торговли нефтью и нефтепродуктами: контрактная и «спотовая».

Контрактная форма торговли подразумевает ситуацию, при которой покупатель и продавец договариваются о поставках товара в течение определенного

периода и часто по фиксированным ценам. В прошлом контракты подписывались на два, три и более лет. Затем этот период сократился, а цены стали более гибкими.

«Спотовая» торговля предусматривает сделки краткосрочные. Зачастую «спотовая» торговля — это продажа одного танкера с нефтью или нефтепродуктами. Поэтому цены по сделке устанавливаются на конкретный танкер на день сделки. Следует отметить, что, по подсчетам специалистов, в настоящее время примерно 50–55% сделок, заключаемых на мировом рынке нефти и нефтепродуктов, совершается на условиях «спот»[11].

Следует несколько подробнее остановиться на характеристике этих двух форм торговли, чтобы стали более понятны последующие характеристики мирового рынка нефтепродуктов и внутренняя логика ценообразования. Это позволит уверенно ориентироваться на данном рынке.

В принципе «спотовая» торговля представляет собой естественное явление. Она берет начало с древних времен, когда товар обменивали на товар. В отличие от нее, контрактная форма требует от партнеров соблюдения определенных обязательств в течение длительного периода. Важнейшим условием и для крупной компании, и для небольшой фирмы является стабильное предсказуемое положение на своем рынке, которое достигается тогда, когда стороны имеют и выполняют друг перед другом долгосрочные обязательства. Это дает контрактная форма работы.

Что касается «спотовой» торговли, то ни производитель, ни потребитель не могут точно предсказать на обозримый период точные цены на товар, точные объемы поставок. Цена всегда будет объектом манипуляции.

С другой стороны, владелец нефти находится в достаточно сложном положении. Если компания заключает на длительный период контракт на какой-либо нефтепродукт с нефтеперерабатывающим заводом, то последний вынужден производить данный нефтепродукт в течение этого периода и продавать его по установленной цене.

А ведь конъюнктура меняется, и может получиться так, что в силу определенных обстоятельств необходимо, например, увеличить выпуск светлых нефтепродуктов и снизить производство мазута. Завод может потерпеть убытки именно из-за складывающейся конъюнктуры. В условиях бизнеса с большими объемами денежные потери могут быть велики. Простой пример: типичная сделка по дизельному топливу — 20 000–24 000 *т/танкер* по апрельским ценам 1997 года по цене в 185 долл. за 1 *т* стоит примерно 4–4,4 млн. долл. Потеря в цене в 1 долл. будет стоить для одного из партнеров 20 000–24 000 долл. Если же речь идет о торговле бензином, то потеря будет еще больше.

Когда условия торговли, общее экономическое положение устойчивы, то приемлемы жесткие контракты. В условиях нестабильности жесткие цены — явление контрпродуктивное.

В связи с этим участники рынка нефти и нефтепродуктов вынуждены комбинировать обе формы торговли. Среди нефтетрейдеров появился термин «гибкие контракты». Именно многофакториальность нефтяного рынка и заставляет его участников использовать гибкие системы, следуя правилам игры.

---

[11] **Razavi Hossein.** The New Era of Petroleum Trading. Spot Oil, Spot-Related Contracts and Futures Markets. — Wash., 1994.

В настоящее время на рынке нефти и нефтепродуктов присутствуют четыре главных участника: 1) крупные нефтяные компании, практикующие обе формы торговли; считается, что им принадлежит примерно 40% «спотового» рынка («Мобил», «Шелл» и другие «нефтяные сестры»); 2) независимые нефтяные компании (не принадлежащие к «нефтяным сестрам»); им принадлежат порядка 10–15% «спотового» рынка; 3) нефтяные трейдеры («Фибро», «Марк Рич» и др.); 4) брокеры.

«Спотовая» торговля нефтью и нефтепродуктами обычно ассоциируется с Роттердамом. Это логично, ведь Роттердам — как раз то место, где, по существу, зародилась (или возродилась) «спотовая» торговля. В этом районе сосредоточены крупные перерабатывающие мощности, хранилища и распределительные системы. Однако в настоящее время под Роттердамским «спотовым» рынком следует понимать более широкую географию. Сюда надо включать все «спотовые» рынки Северо-Запада Европы — Швецию, Данию, Норвегию, восточную часть Великобритании, ФРГ, Голландию, Бельгию и северо-запад Франции.

Логистика Роттердамской зоны состоит из двух крупных сегментов. Танкерные торговые сделки осуществляются в Северо-Западном регионе: Роттердам — Северное море; торговые сделки с речными баржами ведутся в зоне Роттердам — дельта реки Рейн: поставки потребителям в Голландию, ФРГ, Бельгию, Швейцарию и др.

Другим крупнейшим мировым «спотовым» рынком является Сингапур. Этот рынок считается вторым в мире после Роттердамского. Кроме того, данный регион занимает третье место в мире по объемам переработки нефти после Роттердамского и Американского (побережье Мексиканского залива) регионов. Сингапурский рынок расположен на крупной транспортной артерии, соединяющей Азию с другими регионами мира. Сингапур играет роль своеобразного баланса между США и Роттердамом.

На Сингапурский рынок ориентируются производители и трейдеры нефти и нефтепродуктов Индонезии, Малайзии, КНР, ОАЭ, Ирана. Следует отметить, что в связи с бурным экономическим ростом в новых индустриальных странах (Корея, Тайвань, Гонконг и др.) отмечается рост нефтепотоков из Ближневосточного в Сингапурский регион.

Крупным рынком является Средиземноморский. Нефтетрейдеры ориентируются на рынок Генуя—Лавера. Это объяснимо и логично. Ближневосточные производители нефти и нефтепродуктов везут продукцию на Юг Европы.

Так сложилось, что российские поставщики, работающие на условиях «спот», ориентируются на показатели Роттердамского или Средиземноморского рынков. Это понятно, так как традиционно нефтепродукты вывозились из СССР и России через порты Балтийского и Черного морей. Нам достаточно сложно было конкурировать на Дальнем Востоке, ведь мощности советских нефтеперерабатывающих заводов были ориентированы на удовлетворение потребностей данного региона — Сахалин, Камчатка, Владивосток, Магадан, хотя раньше мы располагали хорошими базами для бункеровки морских судов, в том числе и иностранных, на Дальнем Востоке.

Учитывая, что мы должны дать представление и об услугах, уместно привести некоторые данные о стоимости транспортных услуг, фрахта судов для перевозки нефтепродуктов. В середине 90-х годов они были примерно следующими:

Таблица 1

Стоимость транспортных услуг для перевозки нефти и нефтепродуктов
(в долл. за баррель)

Пункт отправки	Грузоподъемность танкера (в тыс. *т*), чистый/грязный	Направление перевозки		
		Северо-Запад Европы, чистый/грязный	США, Восточное побережье, чистый/грязный	Сингапур, чистый/грязный
Северо-Запад Европы	30/50	–/–	1,45/1,22	–/–
Карибский бассейн	30/50	1,60/1,37	1,01/0,89	–/–
Северная Африка	30/50	0,98/1,02	1,50/1,32	–/–
Персидский залив	35/70	2,18/1,88	2,52/2,14	1,37/1,02
Сингапур	30/50	–/–	–/–	1,27/1,06 (для Японии)

Рынок сталелитейной продукции

На II Восточноевропейской конференции по стали, состоявшейся в Вене в середине апреля 1997 года, отмечалось, что российские экспортеры стали увеличили объем экспорта металлопродукции с 8% от общего производства стали в 1988 году до 63% в 1996 году[12]. Таким образом, российская металлургия в 1996 году продолжала работать на мировой рынок, увеличив свои поставки до 47,3 млн. *т*.

Необходимо подчеркнуть, что такие гиганты отечественной металлургии, как Нижнетагильский металлургический комбинат, «Магнитка», «ЗапСиб», череповецкая «Северсталь», экспортируют значительно больше 60%, а Новолипецкий металлургический комбинат вывез в 1996 году 73% всего произведенного металла.

Данное обстоятельство следует внимательно учитывать, разрабатывая ценовую проблематику. Объем мировой торговли готовой продукцией черных металлов составляет примерно 150–160 млн. *т* в год. Таким образом, $^1/_3$ металла на мировом рынке — российского происхождения. В качестве примера можно отметить, что в части, касающейся цветных металлов, доля России на мировом рынке никеля составляет примерно $^1/_4$, и каждый «выход» продукции норильчан ожидается, фиксируется, анализируется.

Замечено, что преобладающее влияние на уровень потребления цветных металлов в последнее время в мире оказывают промышленно развитые страны, а вот динамика потребления черных металлов во многом определяется темпами развития стран Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР), Юго-Восточной Азии (ЮВА), Латинской Америки.

[12] **CIS Set to Stay in Exporters' Premier League** / Metal Bulletin. — 1997. — Apr. 17.

Целесообразно привести конкретные данные о производстве и потреблении готового проката в мире. По нашему мнению, это даст реальное представление о рынке черных металлов:

Таблица 2

Производство и потребление готового проката в 1995 году

Страны и регионы	Производство,	Экспорт		Импорт	
	млн. *т*	млн. *т*	% к произв.	млн. *т*	% к произв.
США	79	3,9	4,5	22	22,7
ЕС	121,3	28,7	23,7	13,8	13,0
Южная Корея	33,2	10,5	31,6	5,6	19,8
Япония	90,9	18,4	20,2	6,0	7,6
Латинская Америка	40,7	16,8	41,3	4,5	15,8
КНР	83,8	3,3	3,9	18,0	18,3

Таблица 3

Потребление готовой металлопродукции (млн. *т*)

Страны и регионы	1993 г.	1995 г.	2000 г. (прогноз)
ЕС	93	100	105
США	90	91	87
Япония	75	72	80
КНР	101	103	130
Ближний и Средний Восток	11	12	13
Другие страны Азии	87	99	130
Латинская Америка	28	31	38
Африка	11	11	12
Страны ОЭСР	298	304	319
Всего	633	628	726

Как видно из приводимых выше таблиц, к крупнейшим импортерам в мире относятся США и Западная Европа. Кроме того, с каждым годом возрастает роль стран Юго-Восточной Азии. Специалисты считают, что до 2000 года в промышленно развитых странах рынки металлопродукции будут в основном стабильны — до начала нового столетия ежегодный прирост будет составлять примерно 1,2%.

В развивающихся странах Азии, Латинской Америки, в КНР следует ожидать бурного роста потребления металлопродукции — за пять лет (1995–2000 гг.) примерно на 30%. К 2000 году надо ожидать увеличения доли этих стран в металлопотреблении до 45%.

Вместе с тем следует обратить особое внимание на то, что объем экспорта в эти регионы в той же пропорции не увеличится. По мнению специалистов, да и исходя из известных данных, в КНР, Южной Корее, Индии строятся новые

металлургические мощности. Это безусловно скажется на общей картине в плане внешнеторговых контактов.

На Венской конференции отмечалось, что доля СНГ (речь идет практически только о России, Украине и Казахстане) в китайском импорте черных металлов два года назад (в 1996 г.) составляла 23%, а в прошлом году почти удвоилась, достигнув 41%.

Рынок товаров химической продукции

Оборот мировой торговли продукцией химической промышленности в 1995 году превысил 1100 млрд. долл. Для сравнения можно отметить, что общий объем мировой торговли в том же году составил 4920 млрд., а в 1996 году этот показатель возрос до 5100 млрд. долл.

Для более ясного представления о емкости рынка химических товаров целесообразно привести данные по регионам мира в процентах от объема мировой торговли по химической номенклатуре:

— Западная Европа — 32%,

в том числе:

— ЕС — 29%;
— США — 26%;
— Япония — 18%;
— другие страны Азии — 11%;
— страны Центральной и Восточной Европы — 5%;
— Латинская Америка — 4%.

Таким образом, в мире сложились три крупнейших рынка химической продукции — Западная Европа, США и Япония. Формируется мощный азиатский рынок, но он в силу своих географических масштабов — от Турции до Индонезии и Южной Кореи — труден для проведения системного анализа.

Номенклатура товаров, выпускаемых химической промышленностью, огромна и увеличивается год от года. Это продиктовано требованиями рынка, технологическим развитием мировой экономики. Если взять структуру товаров, выпускаемых промышленностью Западной Европы, в процентах от оборота, рассчитанного в экю (по данным БИКИ № 16 от 13 февраля 1996 г., стр. 12, со ссылкой на оценки журнала «Cefic» — «European Chemical Industry Council»), то картина будет выглядеть следующим образом:

— фармацевтические соединения и товары — 23%;
— продукция органической химии (алифатические и гетероциклические соединения, ароматика, органические растворители) — 15%;
— пластмассы и синтетический каучук — 13%:
— парфюмерно-косметическая продукция — 8%;
— лакокрасочные материалы — 6%;
— неорганические соединения (содопродукты, кислоты, аммиак, калий и фосфорсодержащие соединения, металлнеорганические соединения) — 5–6%;
— поверхностно-активные вещества (мыло, стиральные порошки) — 5%;
— ядохимикаты — 3%;
— красители и пигменты — 3%;
— химические волокна — 2%.

Структура товаров, выпускаемых США, Японией, примерно аналогична. Во всяком случае, приводимый выше пример вполне может служить ориентиром.

В сфере производства химических товаров в мире заняты сотни фирм, однако сравнительно немногие из них могут производить широкий спектр продукции. Невелико число компаний, которые занимаются как органической, так и неорганической химией. Монополизация химической отрасли в мире — явление достаточно аморфное. Однако высококачественные изделия производят, как правило, концерны с заслуженной репутацией, известные еще с прошлого столетия. Мало кому известно, например, что после второй мировой войны, после Нюрнбергского процесса, немецкая «ИГ Фарбениндустри» была поделена на три компании, которые сегодня являются самыми крупными компаниями в мире в области химии, соперничая практически только между собой. Речь идет о «Хёхст», БАСФ и «Байер». Агрегатные показатели других компаний пока ниже, хотя сомневаться в репутации «Дюпон», «Мицубиси кемикл» и др. нет никаких оснований.

Итак, на долю 30 крупнейших химических компаний мира приходится примерно $^1/_3$ мирового оборота химической промышленности. Целесообразно привести следующие данные.

В 1995 году на долю 18 компаний, зарегистрированных в Западной Европе, приходилось 18% мирового рынка с оборотом примерно в 200 млрд. долл. На долю восьми американских — 7% мирового рынка с оборотом в 80 млрд. долл. На четыре японские компании приходилось 4% и 35 млрд. долл. оборота.

В первой десятке компаний мира лидирующие места занимают упомянутые выше немецкие фирмы «Хёхст», БАСФ и «Байер». Они имеют оборот около 90 млрд. долл. в год. Семь остальных, в их числе «Дюпон», «Доу», «Сиба-Гайги», «Рон-Пуленк» и др., — 116–120 млрд. долл.

Таким образом, мы дали краткую характеристику рынку химической промышленности с точки зрения его объемов, региональной структуры, охарактеризовали ведущие компании, обозначили наиболее крупные рынки с точки зрения крупных товарных групп.

Рынок сельскохозяйственной продукции России

И наконец, мы переходим к характеристике рынка (некоторых его сторон) сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

В системе реализации сельхозпродукции колхозами, совхозами, АО, ТОО, кооперативами и другими предприятиями за 1991–1996 годы произошли принципиальные структурные сдвиги. Система реализации сельхозпродукции постепенно трансформируется в многоканальную рыночную систему. Одновременно за годы реформирования существенно снизились объемы и доля продаж сельхозпродукции для государственных нужд через привычные заготовительные организации.

Так, только за два последних года объем закупок зерна для государственных нужд снизился с 8,9 млн. *т* в 1995 году до 8,6 млн. *т* в 1996-м, овощей — с 1,2 до 0,8 млн. *т*, скота и птицы (в живой массе) — с 3,3 до 2,6 млн. *т*, молока и молочных продуктов — с 16 до 12,5 млн. *т*. Соответственно снизилась доля закупок для государственных нужд (только по овощам она уменьшилась с 47 до 31%).

Такое снижение было обусловлено появлением на рынке наряду с государственными заготовительными конторами других фирм и коммерческих организаций. К тому же государство стало нарушать свои обязательства: просрочки с оплатой, невыполнение обязательств.

Весьма интересно выглядит сегодня структура ресурсов сельскохозяйственного сырья и продуктов его переработки предприятиями и организациями. Целесообразно представить данные, приведенные специалистами-статистиками в журнале «Вопросы статистики»[13].

Таблица 4

	Зерно	Скот	Мука	Сахар
Закуплено всего (в %)	100	100	100	100
в том числе				
непосредственно				
у с.-х. производителей	51,6	99,4	51,2	73,7
в том числе				
у с.-х. предприятий	44,8	81,1	50,9	69,1
у фермеров	5,2	0,4	0,1	4,6
у населения	1,6	17,9	0,2	0
у посредников	48,4	0,6	48,8	26,3
в том числе				
у потребкооперации	2,8	0	9,9	0,5
у оптовиков	37,9	37,9	35,4	24,2
у частных посредников	7,7	0,2	3,5	1,6

Можно было бы привести и другие данные, по другим ресурсам и продуктам, но для иллюстрации структуры формирования ресурсов этих данных вполне достаточно. Что же все-таки следует из приведенных показателей в разрезе поставленной в начале главы задачи?

Во-первых, основными поставщиками сельскохозяйственного сырья и продуктов переработки в России остались коллективные сельхозпроизводители: по зерну их доля составляет 44,8%, по поставкам скота — 81,1% и т.д. В журнале «Вопросы статистики» не приводится показатель по молоку, который составляет 91,6%. И это данные обследования по 31 региону России.

Во-вторых, все-таки определились другие крупные поставщики сырья помимо колхозов и совхозов. Это касается маслосемян. Посредники сегодня поставляют на рынок 71,8% всего подсолнечника. Правда, здесь следует отметить, что данная отрасль процветает в южных краях России. Она твердо взята под контроль частных производителей, смешанных предприятий и во многом контролируется зарубежным капиталом. Экспорт семян подсолнечника — весьма доходное предприятие. Тем не менее посредники по данному сырью — крупные игроки на внутреннем рынке.

Каковы факторы, ограничивающие деловую активность отечественных заготовителей сельхозсырья? Это отнюдь не простой вопрос, поскольку каждый из

[13] **Вопросы статистики.** — 1997. — № 9.

жителей России видит огромный наплыв на прилавки магазинов продовольствия из-за рубежа, причем такого, которого было достаточно в стране и во времена дефицита. Допустим, подсолнечного масла, сахара.

Данные опроса сельхозпроизводителей показывают, что в числе факторов, ограничивающих деловую активность, 60–85% обследованных заготовительных организаций (государственных и частных) отметили высокие налоги, 55–75 — высокие ставки по кредитам, 78% — дефицит собственных средств на оплату закупаемой продукции. Отмечались также неплатежеспособность потребителя, недостаточный спрос на продукцию, а в ряде случаев низкое качество. Вот такое положение существует на рынке.

Деловую активность заготовительных предприятий на внутреннем российском рынке существенно затрудняют состояние инфраструктуры сбыта продукции и их финансовое положение. Отечественные заготовители, работающие в регионах (а там проживает большая часть населения), не располагают в нужном количестве спецавтотранспортом, холодильниками большой емкости, сортировочными комплексами, весовым оборудованием и т.д. Недостаток ощущается и в объектах реализации продукции — магазинах, палатках, ларьках и т.д.

Имеются свои проблемы и у товаропроизводителей. Основной причиной сокращения продажи продукции стала незаинтересованность товаропроизводителей в поставках своей продукции, особенно госзаказчикам, из-за систематического невыполнения ими договорных обязательств. Об этом свидетельствуют $^2/_3$ опрошенных предприятий, фермеров и др. Средний срок неплатежей более 6 месяцев отметили 30% предприятий, реализующих овощи, молоко, скот, птицу. Очень распространена практика отказа заготовителями от уже законтрактованной продукции.

Уместно привести следующие данные:

Таблица 5

Структура реализации основных видов продукции сельхозпредприятий России
(в %)

	Зерно	Овощи	Скот
Реализовано всего	100	100	100
в том числе:			
Заготпредприятиям	30,4	30,7	64
На рынке	12	16,4	7,2
Через оптовые рынки, биржи	4	0,9	0,6
Частным посредникам	1,7	0,5	1,3
По бартеру	11,9	2,3	3
Потребкооперации	1,8	40,5	4,2
Через собственную сеть и общепит	10,9	6,8	10,7
Оплата труда:			
Своим работникам	16,4	1,1	5,1
Другим с.-х. предприятиям	10,9	0,8	3,9
Закуплено в федеральный и региональный фонд	24,9	56,6	53,1
Продано за пределы области	2,6	3,2	2,9

Такова достаточно красноречивая картина российской структуры реализации продукции. Это особенности отечественного рынка сельскохозяйственных товаров.

Однако эта картина не будет полной, если мы не скажем несколько слов о ценах. Проведенный специалистами анализ показывает, что рост цен на продукты питания в России, произведенные из отечественного сырья, повышение потребительских цен на конечную продукцию агропромышленного комплекса происходят главным образом не в производстве, а в сфере переработки и обращения, поэтому значительная доля прибыли, созданная усилиями сельхозпроизводителя, перераспределяется в другие сферы.

Сегодня доля сельхозсырья в структуре розничной цены на молоко составляет 35%, услуг перерабатывающей промышленности — 45, торговли — 21%, а рентабельность продукции мясо-молочной промышленности достигла 9–12%. Стихийно развивающийся сельскохозяйственный рынок отечественных производителей поставлен в трудные условия. Отдельные виды продукции села становятся неконкурентоспособными, причем не из-за цены, предлагаемой деревней, а из-за «накруток», которые следуют после контрактации.

Вместе с тем надо сказать, что отдельные виды отечественного продовольствия требуют довольно больших затрат на «доводку» до товарного вида. Импортировать аналогичные продукты оказывается проще. Ввоз сельхозтоваров из-за рубежа высок. Из-за нехватки сырья отечественного производства снижаются поголовье скота, посевные площади и т.д.

Сегодня, по данным Госкомстата, доля импорта в формировании ресурсов основных продуктов питания составляет: по растительному маслу — 36%, сахару — 24, мясу и мясопродуктам — 23, молоку и молочным продуктам — 12%.

Тем не менее отдельные примеры дают основание полагать, что стало увеличиваться число товаропроизводителей, выходящих на российский рынок не с сырьем, а с переработанной продукцией, с конечным продуктом. Это связано с тем, что издержки производства на месте ниже, чем затраты на перерабатывающих предприятиях. Производитель предлагает конечному потребителю свою продукцию по цене, которую предлагал раньше посредник, переработчик и т.д. Однако говорить о появлении комплексных хозяйств, имеющих в своей структуре все звенья цепи — от производителя до потребителя, еще рано. Такова на сегодняшний день специфика российского рынка сельскохозяйственной продукции.

Резюме

На каждом рынке существуют свои специфические приемы работы. В качестве примера разобраны несколько рынков товаров и услуг, а именно рынки нефти, черных металлов, химических товаров и сельскохозяйственной продукции.

Нефть, а также нефтепродукты — это важнейшая составляющая российского экспорта. Существуют две формы торговли нефтью и нефтепродуктами: контрактная и «спотовая».

Существенную долю экспорта России составляет и продукция черной металлургии. Российские экспортеры увеличили объем ее вывоза

с 8% от общего производства стали в 1988 году до 63% в 1996 году. К крупнейшим импортерам в мире относятся США и страны Западной Европы. Кроме того, с каждым годом возрастает роль стран Юго-Восточной Азии.

Интересен рынок товаров химической номенклатуры. Это рынок очень широкой гаммы товаров. Представляет интерес и клиентура данного рынка. Оборот мировой торговли химической промышленности в 1995 году превысил 1100 млрд. долл., тогда как общий объем мировой торговли в том же году составил 4920 млрд. долл.

Что касается рынка сельскохозяйственной продукции, то в качестве примера взят российский рынок. В системе реализации сельхозпродукции колхозами, совхозами, АО, ТОО, кооперативами и другими предприятиями за 1991–1996 годы произошли принципиальные структурные сдвиги. Система реализации сельхозпродукции постепенно трансформируется в многоканальную, рыночную систему. Одновременно за годы реформирования существенно снизились объемы и доля продажи сельхозпродукции для государственных нужд через привычные заготовительные организации. Имеет место широкое присутствие в России иностранных поставщиков продовольствия.

Вопросы для самопроверки

1. *В чем принципиальное различие между «спотовой» и контрактной системами торговли нефтью и нефтепродуктами?*
2. *Назовите основные характеристики мирового рынка металлоизделий.*
3. *Какова доля рынка химической продукции в мировом товарообороте?*
4. *Назовите структуру поставщиков и покупателей оптового рынка сельхозпродукции России.*

Основные понятия

Контрактная форма торговли нефтью и нефтепродуктами подразумевает ситуацию, при которой покупатель и продавец договариваются о поставках товара в течение определенного периода и часто по фиксированным ценам.

«Спотовая» торговля нефтью и нефтепродуктами предусматривает краткосрочные сделки. Зачастую «спотовая» торговля — это продажа одного танкера с нефтью или нефтепродуктом. Поэтому цены по сделке устанавливаются на конкретный танкер, на день сделки.

Глава 14

Анализ валютного рынка

1. *Классификация валютных рынков*
2. *Анализ методов регулирования валютного рынка*
3. *Анализ операций на валютном рынке*

Классификация валютных рынков

Валютный рынок — это сфера экономических отношений, проявляющихся при осуществлении операций по купле-продаже иностранной валюты и ценных бумаг в иностранной валюте, а также операций по инвестированию валютного капитала.

На валютном рынке Российской Федерации действуют различные институты, уполномоченные банки Российской Федерации, иностранные банки и инвестиционные компании, биржи, брокерские конторы.

Анализ валютного рынка предполагает его рассмотрение с точки зрения:
— функциональной;
— институционной;
— организационно-технической.

С точки зрения классификации валютный рынок анализируется:
— по сфере распространения;
— по отношению к валютным ограничениям;
— по видам валютных курсов;
— по степени организованности.

При классификации валютных рынков анализируются также рынки:
— евровалют;
— еврооблигаций;
— евродепозитов;
— еврокредитов;
— «черный»;
— «серый».

С **функциональной** точки зрения валютные рынки обеспечивают своевременное осуществление международных расчетов, страхование от валютных рисков, диверсификацию валютных резервов, валютную интервенцию, получение прибыли их участниками в виде разницы курсов валют.

С **институционной** точки зрения валютные рынки представляют собой совокупность уполномоченных банков, инвестиционных компаний, бирж, брокерских контор, иностранных банков, осуществляющих валютные операции.

Уполномоченный банк — это коммерческий банк, получивший от Центрального банка России лицензию на проведение операций с иностранной валютой.

Операции на валютном рынке проводятся между банками (межбанковские валютные расчеты) и между банками и их клиентами.

С **организационно-технической** точки зрения валютный рынок представляет собой совокупность телеграфных, телефонных, телексных, электронных и прочих коммуникационных систем, связывающих между собой банки разных стран, осуществляющих международные расчеты и другие валютные операции. Эффективность операций на валютном рынке во многом определяется его видом.

Валютные рынки классифицируются следующим образом:

Таблица 1

Классификация валютных рынков

Классификация валютного рынка			
По сфере распространения	**По отношению к валютным ограничениям**	**По видам валютных курсов**	**По степени организованности**
Международный	Свободный	С одним режимом	Биржевой
Внутренний	Несвободный	С двойным режимом	Внебиржевой
Мировые региональные рынки	Внутренние региональные рынки		

Классификация **по сфере распространения** — это классификация по широте охвата. Здесь можно выделить международный и внутренний валютные рынки. В свою очередь, как международный, так и внутренний рынки состоят из ряда региональных рынков, которые образуются финансовыми центрами (банками, биржами) в отдельных регионах мира или данной страны.

Международный валютный рынок охватывает валютные рынки всех стран мира. Под международным валютным рынком понимается цепь тесно связанных между собой системой кабельных и спутниковых коммуникаций мировых региональных валютных рынков. Между ними происходит движение средств в зависимости от текущей информации и прогнозов ведущих участников рынка относительно возможного положения отдельных валют. В настоящее время можно выделить Азиатский (с центрами в Токио, Гонконге, Сингапуре, Мельбурне), Европейский (Лондон, Франкфурт-на-Майне, Цюрих), Американский (Нью-Йорк, Чикаго, Лос-Анджелес) рынки. В связи с расположением мировых региональных валютных рынков в различных часовых поясах можно сказать, что международный валютный рынок работает круглосуточно. На мировых региональных рынках обычно котируются не все валюты, а только наиболее употребляемые участниками данного рынка, то есть местные денежные единицы и ряд ведущих свободно конвертируемых валют, прежде всего резервных валют.

При этом, естественно, в результате разницы во времени курсы ведущих (т.е. резервных) валют, котирующихся на различных рынках или на одном и том же рынке, в разное время несколько различаются между собой при сохранении общих тенденций.

Формирование устойчивых отношений по поводу купли-продажи валюты и их юридическое закрепление привели к формированию *мировой валютной системы*. Основой мировой валютной системы являются резервные валюты, выполняющие функции международных платежных и резервных средств, а также международные счетные валютные единицы. Необходимыми элементами мировой валютной системы являются регулирование международной валютной ликвидности, под которой понимается наличие платежных средств, приемлемых для погашения международных обязательств, регламентация международных расчетов.

Еще одним из элементов мировой валютной системы являются органы регулирования, контроля и управления, роль которых играют межгосударственные организации. С этой целью были также созданы две валютно-финансовые и кредитные организации — Международный валютный фонд (МВФ) и Международный банк реконструкции и развития (МБРР), призванные предоставлять кредиты странам-членам при возникновении серьезного дефицита платежного баланса, утрате стабильности национальной валюты, а также осуществлять контроль за соблюдением странами-членами принятых ими обязательств.

Международный валютный фонд был создан в 1946 году, и тогда его членами являлись всего 44 государства. В 1998 году их число превысило 180. Вначале каждая страна-участница была обязана определить золотое содержание своей валюты, установить на этой основе фиксированный курс по отношению к другим валютам и поддерживать его (корректировка курса национальными правительствами не могла выйти за пределы плюс-минус 10% стоимости валюты); при затруднениях с платежным балансом, которые нельзя преодолеть за счет внутренних источников, МВФ выдает своему члену краткосрочные кредиты (в соответствии с квотой страны в ресурсах фонда); наряду с золотом международным резервным средством стал доллар США.

Потребности товарооборота и миграции капитала предъявляли возраставший спрос на доллары. Количество долларов, функционировавших в мире, заметно превысило золотой запас США. Обратимость доллара в золото становилась все более сомнительной и была официально прекращена в 1971 году. Эта акция явилась последним ударом по золотому стандарту.

Для облегчения международных расчетов МВФ вместо золота и девизного стандарта ввел стандарт специальных прав заимствования — Special Drawing Rights (СДР), созданных еще в конце 60-х годов и представляющих собой международные активы в виде записей на специальных счетах в МВФ. СДР — коллективная единица — распределяются между участниками Фонда в определенной зависимости от финансового вклада каждого. В СДР предоставляются краткосрочные кредиты. Их можно разменять на любую национальную валюту.

Стоимость 1 единицы СДР определяется на основе валютной корзины, в состав которой входят (в %) американский доллар (39), японская иена (18), немецкая марка (21), английский фунт стерлингов (11) и французский франк (11).

В связи с переходом к стандарту СДР юридически завершился процесс демонетизации золота, то есть утраты им денежных функций. Были отменены

золотые паритеты. Страны — члены МВФ получили право выбора любого режима валютного курса. Итогом событий стала Ямайская сессия МВФ (1976 г.). Она санкционировала запрет на использование золота в качестве основы валютных паритетов.

В Западной Европе в конце 70-х годов была юридически оформлена региональная Европейская валютная система (ЕВС), которая отразила углубление интеграционных тенденций в этом регионе. Денежной единицей в ЕВС является экю, условная стоимость которой определяется по методу валютной корзины, в которую входят денежные единицы стран Европейского Союза. Члены Евросоюза приняли решение о переходе с 1 января 1999 г. к единой валюте стран ЕС — евро.

Вступление в 1992 году Российской Федерации в МВФ свидетельствует о том, что Россия вышла на международный валютный рынок.

Внутренний валютный рынок — это валютный рынок одного государства, то есть рынок, функционирующий внутри данной страны.

Внутренний валютный рынок России состоит из внутренних региональных рынков. К ним относятся валютные рынки с центрами в межбанковских валютных биржах (Московская межбанковская, Санкт-Петербургская, Уральская региональная межбанковская, Сибирская межбанковская, Азиатско-Тихоокеанская межбанковская, Ростовская межбанковская валютные биржи и др.).

По отношению к валютным ограничениям можно выделить свободный и несвободный валютные рынки.

Валютные ограничения — это система государственных мер (административных, законодательных, экономических, организационных) по установлению порядка проведения операций с валютными ценностями. Валютные ограничения включают в себя меры по целевому регулированию платежей и переводов национальной и иностранной валюты за границу, в том числе репатриацию прибыли, полное или частичное запрещение купли-продажи иностранной валюты и т.п.

Валютные ограничения могут применяться как по текущим международным расчетным и платежным операциям, так и по операциям, связанным с движением капитала. Рынок с валютными ограничениями называется *несвободным валютным рынком*, а при отсутствии их — *свободным валютным рынком*.

По видам применяемых валютных курсов валютный рынок может быть с одним режимом и с двойным режимом.

Рынок с одним режимом — это валютный рынок со свободными валютными курсами, то есть с плавающими курсами валют, котировка которых устанавливается на биржевых торгах. Каждая иностранная денежная единица имеет цену, выраженную в национальной валюте. Это обменный, или валютный, курс. Обменный курс валюты является тем ключевым фактором, который связывает экономику страны с остальным миром.

Потребность в валютном обмене прежде всего связана с обслуживанием внешней торговли. Поэтому курсы валют имеют большое значение для субъектов внешнеторговых операций. Импортеры должны получить иностранную валюту, чтобы оплатить свои счета за границей. Следовательно, импорт является источником спроса на иностранную валюту. Экспорт же, наоборот, представляет собой источник ее предложения. На рынке предложение со стороны экспорта встречается со спросом со стороны импорта. Таким образом устанавливаются обменные курсы.

В основе курсовых соотношений лежит паритет покупательной способности. Валютные сопоставления производятся на базе средних уровней товарных цен у основных стран — торговых партнеров.

Различают два вида обменных курсов: номинальный и реальный. *Номинальный обменный курс* — это относительная цена национальной валюты при обмене на иностранную, и наоборот. Публикуемые ежедневно в печати курсы валют являются, если не оговорено особо, номинальными. Например, 1 долл. = 6 руб. *Реальный валютный курс* рассчитывается умножением номинального курса на соотношение уровней цен в двух странах.

$$Р = Н \times Ц1 / Ц2,$$

где $Н$ — номинальный обменный курс, $Ц1$ — уровень цен в одной стране, а $Ц2$ — в другой. Отсюда:

$$Н = Р \times Ц2 / Ц1.$$

На основе паритета покупательной способности осуществляются международные экономические сопоставления. На базе паритета покупательной способности работают МВФ, Всемирный банк, Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).

Между тем текущие валютные курсы, отражающие конъюнктурные колебания на валютном рынке, более подвижны, чем товарные цены. Валютный рынок тесно связан с рынками депозитов и ценных бумаг. И здесь в игру вступает норма процента. Если она покрывает ожидаемый прирост цен, если есть доверие к финансовым институтам, то фондовый рынок может стать серьезным конкурентом валютному рынку. Российская практика свидетельствует, что при возрастании объемов операций с депозитами и ценными бумагами давление на валютном рынке со стороны покупателей ослабляется.

Инвесторы в качестве объектов помещения средств рассматривают не только внутренние, но и зарубежные активы. Между процентными ставками, переливами капитала и валютными курсами существует взаимодействие. Валютные колебания вызывают миграцию капитала, а перелив капитала влияет на валютные курсы. В переливах капитала участвуют, как правило, «горячие деньги», кочующие по стране и миру в поисках прибыльного помещения.

Валютный рынок с двойным режимом — это рынок с одновременным применением фиксированного и плавающего курса валюты. Введение двойного валютного рынка используется государством как мера регулирования движения капиталов между национальным и международным рынками ссудных капиталов. Эта мера призвана ограничить и контролировать влияние международного рынка ссудных капиталов на экономику данного государства.

По степени организованности валютный рынок бывает биржевым и внебиржевым.

Биржевой валютный рынок — это организованный рынок, который представлен валютной биржей. Валютная биржа — предприятие, организующее торги валютой и ценными бумагами в валюте. Биржа не является коммерческим предприятием. Ее основная функция заключается не в получении высокой прибыли, а в мобилизации временно свободных денежных (рублевых, валютных) средств через продажу валюты и ценных бумаг в валюте и в установлении курса валюты, то есть ее рыночной стоимости.

Биржевой валютный рынок имеет ряд достоинств: он является самым дешевым источником валюты и валютных средств; заявки, выставляемые на биржевые торги, обладают абсолютной ликвидностью.

Ликвидность валюты и ценных бумаг в валюте означает их способность быстро и без потерь в цене превращаться в рубли.

Указанные выше достоинства биржевого валютного рынка России обусловлены следующими факторами:

— законодательно установленным требованием по обязательной продаже части (50%) валютной выручки от экспорта товаров, работ, услуг;
— ограниченным количеством валютных бирж, на которых производятся операции по купле-продаже (конверсии) валюты;
— контролем за торгами на Московской межбанковской валютной бирже (ММВБ) со стороны Центрального банка России, который использует валютные ресурсы государства для регулирования соотношения рубля и доллара и тем самым гарантирует, что все выставленные на бирже для покупки доллары США будут куплены.

Внебиржевой валютный рынок организуется дилерами, которые могут быть или не быть членами валютной биржи и заключают сделки по телефону, телефаксу, компьютерным сетям.

Биржевой и внебиржевой рынки в определенной степени противоречат друг другу и в то же время взаимно дополняются. Это связано с тем, что, выполняя общую функцию по торговле валютой и обращению ценных бумаг в валюте, они применяют различные методы и формы реализации валюты и ценных бумаг в валюте.

Достоинства внебиржевого валютного рынка заключаются в:

— достаточно низкой себестоимости затрат на операции по обмену валют. Дилеры банков часто используют очные валютные аукционы на бирже для снижения собственных затрат на валютную конверсию путем заключения договоров купли-продажи валюты по биржевому курсу до начала торгов на бирже. На бирже с участников торгов взимаются комиссионные, сумма которых находится в прямой зависимости от суммы проданных валютных и рублевых ресурсов. Кроме того, законом установлен налог на биржевые сделки. На внебиржевом рынке для уполномоченного банка после того, как найден контрагент по сделке, операция валютной конверсии осуществляется практически бесплатно;
— более высокой скорости расчетов, чем при торговле на валютной бирже. Это связано прежде всего с тем, что внебиржевой валютный рынок позволяет проводить сделки в течение всего операционного дня, а не в строго определенное время биржевой сессии.

При **классификации валютных рынков** следует выделить рынки *евровалют, еврооблигаций, евродепозитов, еврокредитов*, а также *«черный»* и *«серый»* рынки.

Рынок евровалют — это международный рынок валют стран Западной Европы, где осуществляются операции в валютах этих стран. Функционирование рынка евровалют связано с использованием валют в безналичных депозитно-ссудных операциях за пределами стран — эмитентов данных валют.

Рынок еврооблигаций выражает финансовые отношения по долговым обязательствам при долгосрочных займах в евровалютах, оформляемых в виде

облигаций заемщиков. Облигация содержит данные о сумме долга, условиях и сроках его погашения, порядке получения процентов в соответствии с купонами.

На рынке еврооблигаций отсутствует государственное регулирование, что упрощает эмиссию облигаций. Налог с источника дохода на рынке еврооблигаций не взимается.

Рынок евродепозитов выражает устойчивые финансовые отношения по формированию вкладов в валюте в коммерческих банках иностранных государств за счет средств, обращающихся на рынке евровалют. Операции по депозитам в евровалютах не входят в юрисдикцию стран нахождения банков. Это создает возможности для более гибкого регулирования ставок процентов по вкладам.

Рынок еврокредитов выражает устойчивые кредитные связи и финансовые отношения по предоставлению международных займов в евровалюте коммерческими банками иностранных государств. На еврорынке предоставляются кредиты на различных условиях:

— по твердой процентной ставке;
— по плавающей ставке (ролловерные кредиты);
— «стенд-бай»;
— синдицированные.

Обычный срок кредитов по твердой ставке — до двух лет. Однако более распространенными являются ролловерные кредиты, которые предусматривают пересмотр через определенные промежутки времени ставки процента в зависимости от динамики ставки предложения ЛИБОР.

Так, например, кредиты МБРР и Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР) можно брать как многовалютные займы с плавающей ставкой процента, так и одновалютные — с плавающей и фиксированной ставкой. Плавающая ставка по многовалютным займам складывается из средней стоимости собственных заимствований Банка, по одновалютным займам — равна шестимесячной ставке ЛИБОР плюс средняя маржа Банка относительно ставки ЛИБОР. Фиксированная процентная ставка по одновалютным кредитам складывается из собственной стоимости заимствований Банка в той или иной валюте плюс маржа, составляющая 50 базисных пунктов.

Кредиты МБРР и ЕБРР — наиболее дешевые инвестиционные ресурсы для стран с развивающейся и реформируемой экономикой. Россия попадает в группу стран (в соответствии с годовым доходом на душу населения), которым займы МБРР предоставляются на 17 лет с пятилетним льготным периодом.

Портфель одобренных МБРР за последние пять лет проектов по российским займам составляет 34 займа на сумму 6,9 млрд. долл., из которых на начало 1998 года израсходовано 2,7 млрд.

ЕБРР активно поощряет развитие частных коммерческих и промышленных предприятий и не менее 60% своих ресурсов обязан направлять в негосударственный сектор. При этом государственных гарантий не требуется и такие проекты осуществляются исключительно на основе расчетов окупаемости и с учетом степени риска. Другими словами, при реализации операций в частном секторе ЕБРР действует как коммерческий банк, готовый брать на себя высокий риск. Под государственные гарантии ЕБРР предоставил России 10% займов, остальные связаны с частным сектором.

Инициируют инвестиционные проекты федеральные и региональные органы исполнительной власти путем предоставления соответствующих заявок в Министерство экономики России. Министерство экономики и финансов России совместно с Федеральным центром проектного финансирования (ФЦПФ) проводят отбор проектов с учетом реализации среднесрочной программы экономических реформ и федеральных инвестиционных программ и вносят их на рассмотрение в Межведомственную комиссию по сотрудничеству с международными финансово-экономическими организациями и «Группой семи» (МВК).

Министерство финансов России включает одобренные МВК займы в проект программы государственных внешних заимствований на очередной финансовый год, которая вносится российским правительством на рассмотрение Федерального Собрания.

«Стенд-бай» — это возможность для клиента получить кредиты в евровалюте. Банк также взимает комиссионные за обязательство предоставлять клиенту финансовые ресурсы вне зависимости от того, пользуется он кредитом или нет.

Весьма характерными для рынка еврокредитов являются синдицированные займы, которые предоставляются синдикатами банков, образуемыми для совместного проведения кредитных операций. Появление и широкое распространение синдицированных еврокредитов связаны с тем, что в соответствии с существующим законодательством банк не может предоставлять одному заемщику кредит в размере большем, чем определенный процент от своего собственного капитала, а кроме того, синдицирование позволяет диверсифицировать или уменьшать кредитные риски.

Наравне с официальными валютными рынками можно выделить «черный» и «серый» рынки: «черный» рынок — это нелегальный (уличный) рынок, «серый» — это рынок, на котором банки совершают операции с неконвертируемыми валютами. Например, «серый» рынок в рублях функционирует во Франкфурте-на-Майне и Вене.

Анализируя валютный рынок Российской Федерации, следует указать на новую роль и особое место российского рубля в странах «ближнего зарубежья». Российский рубль имеет сегодня для стран СНГ важное значение. Центральные банки стран СНГ, используя запасы российских рублей, поддерживают курс своих валют.

Анализ методов регулирования валютного рынка

Анализируя методы регулирования валютного рынка, рассматриваются:
— государственные органы валютного регулирования и контроля;
— валютная политика;
— регулирование валютных операций;
— особенности регулирования валютных операций нерезидентов;
— регулирование курса национальной валюты;
— валютный контроль экспортно-импортных сделок;
— регулирование валютных операций физических лиц.

Валютный рынок регулируется государством. В России — в соответствии с Законом «О валютном регулировании и валютном контроле». *Валютное регу-*

лирование включает порядок проведения валютных операций, формирования валютного резерва страны и валютных фондов хозяйствующих субъектов, валютный и экспортный контроль.

Субъекты валютных отношений на валютном рынке подразделяются на резидентов и нерезидентов.

К *валютным операциям* относятся операции, связанные с:

— переходом права собственности на валютные ценности;
— использованием в качестве средства платежа валюты, а также рублей при осуществлении внешнеэкономической деятельности;
— ввозом и пересылкой в Россию и вывозом и пересылкой из нее за границу валютных ценностей;
— осуществлением международных денежных переводов.

Валютные операции подразделяются на текущие операции и операции, связанные с движением капитала.

Текущие валютные операции осуществляются в течение 180 дней.

Валютные операции, связанные с движением капитала, осуществляются в сроки, превышающие 180 дней.

Резиденты осуществляют текущие валютные операции без ограничений, а операции, связанные с движением капитала, — в порядке, установленном Центральным банком России.

Расчеты между резидентами и нерезидентами могут производиться как в валюте, так и рублях. Расчеты в валюте между резидентами за проданные товары (работы, услуги) допускаются только в случаях, разрешенных Центральным банком России.

На территории России запрещена реализация гражданам товаров (работ, услуг) за иностранную валюту (как за наличный расчет, так и по безналичному расчету), за исключением магазинов беспошлинной торговли, а также непосредственно на самолетах, судах загранплавания и в других местах таможенной территории, определенных таможенными органами.

На российский валютный рынок с 1993 года допущены нерезиденты.

Валютные ценности на территории Российской Федерации могут находиться в собственности как резидентов, так и нерезидентов.

Право собственности на валютные ценности на территории Российской Федерации гарантируется и защищается государством наряду с другими объектами собственности.

Валютные средства резидентов должны иметь легальное происхождение. Источниками валютных средств хозяйствующих субъектов-резидентов могут являться:

— валютная выручка от внешнеэкономической деятельности;
— взносы в уставный капитал;
— валютные кредиты;
— валюта, приобретенная на внутреннем валютном рынке (в банке, на бирже, на аукционах, у хозяйствующих субъектов и граждан);
— благотворительные взносы, пожертвования, спонсорство.

Государство разрабатывает и проводит определенную **валютную политику**. *Валютная политика* представляет собой деятельность государства по целенаправленному использованию валютных средств. Содержание валютной политики многогранно и включает выработку основных направлений формирования и

использования валютных средств, разработку мер, направленных на эффективное использование этих средств.

Конкретные направления валютной политики в стране определяет **Валютно-экономическая комиссия Российской Федерации**, которая принимает нормативно-законодательные акты в области регулирования валютными операциями и управления валютными ресурсами.

Главным исполнительным органом валютного регулирования является **Центральный банк России**, а конкретными исполнителями — уполномоченные коммерческие банки, хозяйствующие субъекты и граждане.

Центральный банк России управляет валютными операциями, выдает коммерческим банкам лицензии на осуществление операций в валюте на территории Российской Федерации и за границей, выдает разрешения хозяйствующим субъектам на открытие текущих и депозитных счетов за границей и др.

Центральный банк России устанавливает коммерческим банкам максимальные размеры валютного, процентного и курсового риска; управляет валютными резервами, находящимися на его балансе, определяет сферу и порядок обращения иностранной валюты на территории России, проводит все виды валютных операций, регулирует валютный рынок России и курс рубля к иностранным валютам, осуществляет контроль за деятельностью коммерческих банков, устанавливает единые формы учета, отчетности, документации и статистики валютных операций, готовит и публикует статистику валютно-финансовых операций Российской Федерации по принятым международным стандартам.

При недобросовестном выполнении уполномоченным банком своих функций Центральный банк России может лишить его лицензии на совершение операций с валютными ценностями и банковского обслуживания расчетов в валюте.

Регулирование колебаний *курса рубля* осуществляется Центральным банком России. Снижение курса национальной валюты удорожает импорт, выплату валютной задолженности и все прочие операции, требующие размена национальных платежных средств. Наиболее распространенным средством государственного воздействия на курс являются *валютные интервенции* — продажи Центральным банком иностранной валюты с целью поддержания ценности национальных денег, а также сброс национальной валюты, если ее стоимость чрезмерно высока.

В арсенале средств валютной политики значатся и другие вспомогательные меры, сдерживающие падение обменного курса национальной валюты. Так, радикальным способом стабилизации валюты считается введение фиксированного обменного курса. В России существует сегодня официальный курс рубля к доллару, регулируемый Центральным банком путем «мягкой фиксации» в пределах «горизонтального валютного коридора», и биржевой (рыночный) курс, складывающийся на основе спроса и предложения. Уровень накопленных Центральным банком золотовалютных резервов за первые шесть месяцев 1998 года оставался неизменным и составлял 15–17 млрд. долл., которых в тот период хватало для поддержания курса рубля в обозначенном «валютном коридоре» (1 долл. = 6,2 руб. до 2000 г.). Однако к середине 1998 года риск возможной нехватки валютных резервов увеличился, что сделало необходимым обратиться к МВФ за займом для формирования ликвидного фонда. После фи-

нансового кризиса в августе 1998 года Центральный банк отменил валютный коридор.

Контроль за правомерностью осуществления валютных операций производится Центральным банком России и **Федеральной службой России по валютному и экспортному контролю**. Уполномоченные банки также ведут валютный контроль в пределах своей компетенции. Контроль за полнотой и своевременностью перечисления валютной выручки в Россию и обоснованностью платежей за границу по внешнеэкономическим операциям обязаны осуществлять и органы **Федеральной налоговой службы**.

Цель **валютного контроля** — обеспечение соблюдения валютного законодательства при осуществлении операций с валютными ценностями.

Основным направлением контроля является проверка:

— соответствия проводимых операций действующему валютному законодательству;
— наличия необходимых для них разрешений (лицензий);
— выполнения обязательств по продаже валюты, полученной от экспорта товаров (работ, услуг);
— полноты и объективности учета, отчетности и документации по валютным операциям.

В осуществлении валютного и экспортного контроля важное место принадлежит Федеральной службе России по валютному и экспортному контролю. Главной задачей этой службы является проведение единой общегосударственной политики в области организации контроля и надзора за соблюдением законодательства РФ в сфере валютных, экспортно-импортных и иных внешнеэкономических операций. Она обеспечивает контроль и надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации центральными органами федеральной исполнительной власти, банками, хозяйствующими субъектами, гражданами, участвующими в регулировании и осуществлении валютных, экспортно-импортных и иных внешнеэкономических операций.

С 1994 года введен *валютный контроль за поступлением в Россию валютной выручки от экспорта*. В соответствии с установленным порядком экспортер вместе с обслуживающим его банком оформляет паспорт сделки, в котором приводится краткое содержание условий контракта.

Паспорт сделки, подписанный экспортером и обслуживающим его банком, предъявляется таможенным органам вместе с остальными документами для оформления экспорта товаров. Банк не имеет права подписать паспорт сделки, если в контракте имеются условия, которые предусматривают зачисление валютной выручки на счет, не принадлежащий самому экспортеру.

С подписанием паспорта сделки (ПС) экспортер принимает на себя ответственность за:

— полное соответствие сведений, приведенных в ПС, условиям контракта, на основании которого был составлен данный ПС;
— зачисление в полном объеме и в установленные сроки выручки от экспорта товаров по контракту на транзитный валютный счет экспортера в банке, в который он представляет ПС для оформления.

Государственный таможенный комитет на основании грузовых таможенных деклараций составляет учетную карточку таможенно-банковского контроля (УК). УК группируются в реестры по принципу календарной по-

следовательности ожидаемого поступления валютной выручки от экспорта товаров.

Банки за отсутствие установленного учета поступления и отсылки в таможенные органы реестров, УК, ПС и иной информации несут ответственность в виде штрафов в пределах суммы, которая не была учтена или была учтена ненадлежащим образом.

Эти же нарушения, позволившие экспортеру скрыть выручку за отгруженные на экспорт товары, влекут за собой наложение на банк штрафа в размере всей сокрытой экспортером выручки, переведенной в рубли по курсу Центрального банка России на дату пересечения товаром таможенной границы Российской Федерации.

Указанные штрафы налагаются Главными территориальными управлениями Центрального банка России в бесспорном порядке самостоятельно или по представлению таможенных и налоговых органов.

Уполномоченные банки при повторном нарушении, а также за невыполнение или ненадлежащее выполнение требований и предписаний Центрального банка России, Государственного таможенного комитета России и за отказ от представления указанным органам запрашиваемой документации по валютным операциям несут ответственность в виде приостановления Центральным банком России действия или лишения лицензии на проведение валютных операций.

Экспортер за непредставление в банк информации о внесении в контракт, положенный в основу подписанного, дополнений и/или изменений, затрагивающих данные (для оформления дополнительного листа ПС), за непредставление в банк копии грузовой таможенной декларации в сроки или за непредставление в указанные сроки запрашиваемой банками информации несет ответственность в виде штрафа в размере 10 руб. за каждый день просрочки сверх установленных сроков представления указанной информации в банк, но не свыше суммы по контракту, по которой документация и информация не были представлены в установленном порядке.

В случае нарушения хозяйствующими субъектами, банковскими и иными финансовыми учреждениями валютного законодательства и нормативных актов Центрального банка России Федеральная служба валютного и экспортного контроля может применить в установленном порядке следующие санкции:

— наложить штраф в размерах, установленных Валютно-экономической комиссией;
— лишить банковские и иные финансовые учреждения лицензий на проведение операций в иностранной валюте;
— лишить хозяйствующие субъекты полученных ими лицензий на экспорт и импорт товаров (работ, услуг) и на другие операции с иностранной валютой;
— привлечь должностные лица и граждан, совершивших нарушение или не принявших надлежащих мер для соблюдения норм валютного регулирования, к уголовной и административной ответственности в соответствии с действующим российским законодательством.

С 1996 года аналогичный режим валютного контроля введен за **импортом**.

С 1997 года валютный контроль распространился на **бартерные внешнеторговые операции**.

Российские граждане могут свободно хранить свои валютные средства на счетах в уполномоченных банках и свободно ими распоряжаться.

Валютные средства на депозите хранятся на основании договора между банком и вкладчиком. Каждый банк устанавливает свой размер минимальной суммы вклада при открытии текущего валютного счета. Размер вклада не ограничен.

Средства с валютного счета гражданина могут быть использованы:

— для перечисления на валютные счета других граждан (резидентов, нерезидентов);
— для получения рублей;
— для вывоза (перевода) за границу.

22 сентября 1997 г. Министерство юстиции России зарегистрировало под № 1389 Порядок осуществления переводов иностранной валюты из Российской Федерации и в Российскую Федерацию без открытия текущих валютных счетов и Изменения и дополнения в Положение Банка России от 24 апреля 1996 г. № 39 «Об изменении Порядка проведения в Российской Федерации некоторых видов валютных операций». Утверждены эти документы приказом Центрального банка № 02-371 от 27 августа 1997 г. В соответствии со статьей XXX (подпункт 4 абзаца «d») Соглашения МВФ физическое лицо-резидент вправе осуществлять частные переводы умеренных сумм на текущие расходы. Под умеренной суммой были обозначены 2000 долл. или иной иностранной валюты, эквивалентной этой сумме.

Названный нормативный правовой акт был разработан Центральным банком России в целях либерализации отдельных видов валютных операций, совершаемых физическими лицами, отмены существующих ограничений на валютные операции, не связанные с утечкой капитала из Российской Федерации, а также унификации валютных операций, которые по своему свойству приравниваются к переводам неторгового характера.

В основу разработки документа Центрального банка России легли также обязательства Российской Федерации, принятые на основании постановления Верховного Совета Российской Федерации от 22 мая 1992 г. № 2815-1 «О вступлении Российской Федерации в Международный валютный фонд, Международный банк реконструкции и развития и Международную ассоциацию развития, и налагаемые на страны — члены МВФ положения Соглашения Международного валютного фонда от 22.07.1944 г.».

Порядок устанавливает правила осуществления переводов в иностранной валюте без открытия текущих валютных счетов в уполномоченных банках по поручению физических лиц (как резидентов, так и нерезидентов) из Российской Федерации, а также в Российской Федерации — иностранной валюты, переведенной в их пользу из-за границы.

На индивидуальных предпринимателей Порядок не распространяется. Не распространяется он и на переводы и получение физическими лицами иностранной валюты, если указанные переводы связаны с осуществлением предпринимательской инвестиционной деятельности или приобретением прав на недвижимость.

Центральный банк России установил, что вывоз валюты гражданами-резидентами за границу в сумме, не превышающей в эквиваленте 500 долл. на одно лицо, производится без предъявления таможенным органам разрешения уполномоченного банка на вывоз валюты за границу в сумме более 500 долл: — с предъявлением такого разрешения. Эти разрешения могут выдаваться как упол-

номоченными банками, так и их филиалами (подразделениями, обменными пунктами), если валюта была снята со счета физического лица или приобретена им в уполномоченном банке (филиале, подразделении, обменном пункте). Разрешение сдается пограничной таможне вне зависимости от количества иностранной валюты, вывозимой гражданином в счет суммы, указанной в разрешении.

Граждане покупают и продают иностранную валюту через пункты обмена валюты, которые являются структурными подразделениями уполномоченных банков.

Валютно-обменные операции совершаются обменными пунктами по курсу покупателя и курсу продавца, установленным банками самостоятельно.

Разрешение на вывоз валюты выдается непосредственно при совершении операции по покупке валюты. Действие его сохраняется в течение одного года со дня выдачи.

Анализ операций на валютном рынке

При анализе операций на валютном рынке рассматриваются:
— способы проведения международных валютных обменных операций;
— меры регулирования движения капиталов между национальным и международными рынками ссудных капиталов.

Валютные операции анализируются по следующим направлениям:
— перевод валютных средств;
— перемещение капитала для его прироста;
— спекулятивные операции;
— сохранение способности капитала приносить высокий доход.

Валютные средства хозяйствующего субъекта (резидента, нерезидента) хранятся на его валютных счетах в банке: транзитном и текущем. Валютная выручка, поступающая от экспорта товаров (работ, услуг), зачисляется сначала на транзитный счет, а затем после обязательной продажи на внутреннем валютном рынке остаток ее перечисляется на текущий валютный счет хозяйствующего субъекта. Валюта же, полученная от операций на внутреннем валютном рынке, прямо зачисляется на текущий валютный счет.

Источниками валюты на внутреннем валютном рынке России являются валютная выручка, полученная от продаж товаров (работ, услуг) по безналичному расчету, от продаж за наличную валюту, по чекам, кредитным и дебетным карточкам; валюта, купленная на бирже и в банке; валютные пожертвования и др.

Хозяйствующий субъект может открыть валютный счет в любой валюте или сразу в нескольких валютах (так называемые мультивалютный счет, конверсионный счет). Открытие счета в нескольких валютах позволяет его владельцу избежать конверсии валюты из одной в другую и сэкономить на расходах, так как конверсия валюты осуществляется за плату. Конверсия одной валюты в другую производится по действующему курсу мирового валютного рынка на день совершения операций.

По средствам, находящимся на транзитных валютных счетах, проценты не начисляются, а по средствам, хранящимся на текущих валютных счетах, банк

начисляет и выплачивает проценты от их размещения на международном валютном рынке.

По вкладам на депозитных счетах начисляются проценты. Применяются два варианта начисления процентов. По первому варианту процент (размер комиссии) принимается на договорной основе между вкладчиком и банком. Вкладчик подает заявление с просьбой принять валютные средства на хранение на срок в один месяц с выплатой ему комиссионного вознаграждения в определенном размере от вклада. По второму варианту принимается ставка, базирующаяся на ставках на соответствующий период, действующих на дату принятия средств, на международном межбанковском рынке по соответствующим валютам, то есть ставка процента по вкладам определяется так же, как и по текущему счету.

Пример. Процентная ставка по краткосрочным депозитам на международном межбанковском рынке (ставка ЛИБОР) на дату принятия средств составляла на 12 месяцев по немецкой марке 12,5%. Уполномоченный банк размещает свои валютные средства в иностранном банке на 12 месяцев и договаривается с ним на процентные ставки в 12,5% по немецкой марке, а с вкладчиками банк договаривается на процентные ставки в 12%. Разница (маржа) между этими договорными процентными ставками (0,5%) составляет прибыль банка.

ЛИБОР (англ. LIBOR — *London Interbank Offered Rate* — Лондонская межбанковская ставка предложения) — средняя ставка процента, по которой банки в Лондоне предоставляют ссуды в евровалютах первоклассным банкам путем размещения у них депозитов. ЛИБОР является одним из важных показателей в структуре процентных ставок международного рынка ссудных капиталов. Официальной фиксации ставок процентной шкалы ЛИБОР не существует. Каждый крупный лондонский банк устанавливает и меняет ее в зависимости от конъюнктуры денежного рынка. На практике используют индивидуальную фиксацию основных ставок ЛИБОР на 11 часов утра каждого делового дня. Эти ставки обычно применяются в качестве базисных при предоставлении среднесрочных банковских кредитов на условиях плавающей процентной ставки, то есть путем регулярного возобновления депозита через три–шесть месяцев с соответствующей корректировкой ставки на очередной процентный период.

В таких случаях ЛИБОР — меняющаяся часть общей стоимости кредита — определяет ее нижнюю границу в каждом процентном периоде, а СПРЭД — ее неизменная часть. При корректировке ставки на очередной процентный период обычно берется оговоренная в контракте ставка ЛИБОР на 11 часов утра по лондонскому времени, зафиксированная за два дня до начала нового процентного периода.

Хозяйствующие субъекты независимо от форм собственности обязаны продать 50% валютной выручки от экспорта товаров (работ, услуг) через уполномоченные банки (если они не освобождены от обязательной продажи). При обязательной продаже хозяйствующие субъекты могут продать валюту через уполномоченные банки на межбанковских валютных биржах.

В России действуют Московская межбанковская валютная биржа, Санкт-Петербургская валютная биржа, Уральская региональная межбанковская валютная биржа (г. Екатеринбург), Сибирская межбанковская валютная биржа

(г. Новосибирск), Азиатско-Тихоокеанская межбанковская валютная биржа (г. Владивосток), Ростовская межбанковская валютная биржа (г. Ростов-на-Дону) и др.

Валюта продается на торгах межбанковской валютной биржи по курсу, установленному в результате торгов.

Валютная сделка представляет собой обмен денег одной страны на деньги другой. Подавляющая часть денежных активов, продаваемых на валютных рынках, имеет вид депозита до востребования в банках, осуществляющих торговлю друг с другом. Только незначительная часть рынка приходится на обмен наличных денег.

Основными **способами проведения международных валютных обменных операций** являются:

— *телеграфный перевод* — перевод денежных средств с помощью телеграфа в первый или второй день, следующий за покупкой;
— *переводный вексель* — распоряжение, подобное банковскому чеку, которое подразумевает, что банк обязан заплатить поставщику определенное количество денег. Платежный вексель может быть оплачен немедленно или в определенный момент в будущем;
— *валюта;*
— *дорожные чеки.*

На два последних средства, предназначенных для туристов и командировочных, приходится небольшая доля финансовых операций на валютных рынках.

Валютный рынок организуется биржами и банками. На валютном рынке России действуют уполномоченные банки Российской Федерации и иностранные банки.

Уполномоченные банки выполняют следующие виды операций:

— международные расчеты во всех формах, принятых в международной банковской практике;
— привлечение и размещение на взаимовыгодных условиях средств в валюте в виде депозитов, вкладов, кредитов и т.п.;
— покупка и продажа валюты на валютных биржах (валютный дилинг);
— неторговые операции;
— обслуживание кредитных и дебетных карточек;
— обслуживание корреспондентских счетов типа ЛОРО в иностранной валюте в российских банках, не имеющих генеральной лицензии Центрального банка России.

Уполномоченные банки имеют право покупать и продавать иностранную валюту:

— от своего имени по поручению хозяйствующих субъектов и коммерческих банков (посреднические операции за комиссионное вознаграждение);
— от своего имени и за свой счет.

Уполномоченные банки имеют право покупать и продавать валюту гражданам и осуществлять неторговые операции.

Валютные операции классифицируются по четырем направлениям:

— *перевод валютных средств;*
— *перемещение капитала для его прироста;*
— *спекулятивные операции;*
— *сохранение способности капитала приносить высокий доход.*

Таблица 2

Классификация направлений валютных операций

Перевод валютных средств	Перемещение капитала для его прироста	Спекулятивные операции	Сохранение способности капитала приносить высокий доход
Кредитные карточки	Депозиты	Трастовые операции	Страхование с помощью валютных оговорок
Дебетные карточки	Вклады	Операции «своп»	Страхование с помощью форвардных операций
Банковский перевод	Финансовый кредит	Репорт	Хеджирование с помощью опциона
Документарное инкассо	Фирменный кредит	Депорт	Хеджирование с помощью форвардного контракта
Документарный аккредитив	Факторинг	Операции с курсовыми разницами	—
Расчеты по открытому счету	Форфетирование	Конверсия валют	—
Расчеты чеками (расчетными, дорожными, еврочеками)	Кредит по открытому счету	Валютный арбитраж	—
Трансферт вексельный	Учетный кредит	Процентный арбитраж	Акцептный кредит
Валютная спекуляция	Овердрафт	«Лидэ энд легэ»	Фьючерсные операции

Доступ на внутренний валютный рынок Российской Федерации через уполномоченные банки для хозяйствующих субъектов-нерезидентов осуществляется по разрешению Центрального банка России.

Уполномоченные банки по поручению хозяйствующего субъекта продают средства в валюте: другому хозяйствующему субъекту, на межбанковском валютном рынке (непосредственно уполномоченному банку или через валютную биржу).

При выполнении поручения хозяйствующего субъекта на продажу валюты, включая обязательную продажу части экспортной выручки, подлежащей реализации непосредственно на внутреннем валютном рынке, уполномоченный банк имеет право покупать за свой счет указанные средства в валюте.

В случае проведения операций по покупке и продаже валюты от своего имени и за свой счет уполномоченный банк ведет открытую валютную позицию.

Валютная позиция для банка — это наличие у банка требований или обязательств в какой-либо валюте. *Открытая позиция* в какой-либо валюте означает несовпадение требований и обязательств в данной валюте, то есть несоответствие покупок и продаж валюты. Открытая позиция может быть длинной и короткой: длинная позиция — это превышение покупок над продажами, короткая — превышение продаж над покупками.

Размер открытой валютной позиции уполномоченного банка определяется как разница между суммой иностранной валюты, купленной банком за свой счет, начиная с 1 января отчетного года, и суммой иностранной валюты, проданной банком за свой счет за тот же период.

Для операций уполномоченного банка по купле-продаже иностранной валюты на внутреннем валютном рынке России за рубли установлен лимит открытой валютной позиции. В случае превышения установленного лимита открытой валютной позиции, возникшей в течение операционного дня, уполномоченный банк должен закрывать ее в конце операционного дня проведением балансирующих сделок, то есть путем продажи купленной за свой счет иностранной валюты в объеме, равном превышению установленного лимита.

Большое место в деятельности уполномоченных банков занимают международные расчеты и обслуживание внешнеторговой деятельности. Осуществляются они главным образом посредством телексной связи через открытые банком корреспондентские счета НОСТРО в иностранных банках. При этом большинство банков включилось в международное сообщество СВИФТ (SWIFT).

Уполномоченные банки Российской Федерации открывают счета ЛОРО в иностранной валюте для российских банков, имеющих внутренние валютные лицензии, а также банков стран «ближнего зарубежья».

На внутреннем валютном рынке Российской Федерации помимо российских уполномоченных банков действуют также банки с участием иностранного капитала. Порядок учреждения этих банков и лимит участия иностранного капитала в банковской системе страны устанавливается Центральным банком России.

Движение международного капитала предполагает не только создание в России банков и предприятий с участием иностранного капитала, но и образование за границей банков и предприятий с участием российского капитала.

Вывоз российского капитала за границу может производиться в денежной или товарной форме. В настоящее время преобладает вывоз денежного капитала. Экспорт денежного капитала осуществляется путем вывоза предпринимательского и ссудного капитала.

Устанавливая порядок проведения валютных операций, Центральный банк России придерживается определенной стратегии. Стратегия валютных операций называется камбизмом (англ. cambism). Суть камбизма заключается в изыскании наиболее эффективных методов перевода средств в другую страну. Камбизм связан прежде всего с портфельными инвестициями, с вложением денежных средств в иностранную экономику с целью достижения максимальной эффективности. Камбизм представляет собой также определение направлений и структуры предоставляемого кредита, с тем чтобы субъект-должник был способен своевременно оплачивать проценты по кредиту, а величина этого процента была максимальной.

Российским хозяйствующим субъектам для участия в капитале иностранных банков и кредитно-финансовых учреждений необходимо иметь разрешение от Центрального банка России.

Банки используют две формы вывоза капитала — открытие за границей своего зарубежного филиала; принятие долевого участия в капитале иностранного банка.

Вклады (текущие счета, депозиты) российских хозяйствующих субъектов и граждан в иностранных банках (*авуары)* подчиняются законодательству страны, в которой они размещены. Правительство такой страны может принять меры по их временному аресту или конфискации, то есть применить блокирование счетов, что означает лишение органами государственной власти владельца банковского счета права свободно распоряжаться средствами с этого счета.

Блокирование счета бывает полным и частичным. *Полное* блокирование счета применяется как экономическая санкция в условиях острых политических конфликтов, в том числе военных. *Частичное* блокирование счета применяется при валютных ограничениях в целях сдерживания вывоза капитала за границу. При частичном блокировании счета допускается отдельное использование средств со счета, например для погашения судебного иска и др.

Вклад капитала в иностранные банки представляет собой операцию международного рынка ссудных капиталов. Многие страны стараются ограничить или контролировать влияние международного рынка ссудных капиталов на их экономику.

К наиболее часто используемым **мерам регулирования движения капиталов между национальным и международными рынками ссудных капиталов** относятся:

— *прямой валютный контроль;*
— *операции на открытом рынке;*
— *изменение учетной ставки центральными банками;*
— *установление отрицательного процента по евровалютным депозитам;*
— *введение обязательных резервов по евровалютным депозитам;*
— *операции «своп» центральных банков с коммерческими банками;*
— *введение двойного валютного рынка;*
— *лимитирование иностранных требований и обязательств;*
— *введение лицензий на платежи за границу.*

Эти меры регулирования включают конкретные прямые или косвенные формы регулирования. К *косвенным мерам* относятся: регулирование процентной ставки, введение специальных требований об обязательных резервах по отношению к иностранным депозитам, манипулирование размером форвардного покрытия. Форвардное покрытие представляет собой процентную надбавку к курсу покупаемой валюты.

Среди *прямых* форм валютного контроля наиболее распространенными являются установление квот на иностранные активы или обязательства коммерческих банков и лимитирование новых иностранных инвестиций.

Операции на открытом рынке — это система действий, проводимых центральным банком в целях регулирования денежного обращения. Содержание операций на открытом рынке заключается в том, что банк покупает государственные долговые обязательства (облигации, займы) у населения (покупка на открытом рынке) или продает эти ценные бумаги населению (продажа на открытом рын-

ке). Государственные ценные бумаги дают их владельцам гарантированный доход, что обеспечивает постоянный спрос на них со стороны предпринимателей и граждан, и эти бумаги охотно покупаются. Таким образом происходит регулирование объема денежных *средств, находящихся в обращении.*

В целях регулирования движения капитала центральные банки иностранных государств нередко меняют процентные ставки, прибегают к запрещению платежа процентов по депозитам нерезидентов, иногда вводят отрицательные проценты по депозитным вкладам нерезидентов, то есть вкладчик не только не получает доход от банка, но и сам платит ему комиссию за хранение денежных средств на депозитных счетах.

Введение двойного валютного рынка означает, что в стране функционирует валютный рынок с фиксированным и плавающим валютными курсами.

Резюме

Валютный рынок как форма организации движения валютных ценностей развивается бурными темпами. Свидетельствами тому служат рост объема валютной выручки от продажи на экспорт товаров, работ, услуг, развитие торговли валютными фьючерсами, опционами и т.д.

Анализ показывает, что национальные, региональные и мировые валютные рынки тесно связаны с международным кредитным и международным финансовым рынками. Важнейшей частью анализа международного валютного рынка является еврорынок (валют, кредитов и финансовых инструментов), на котором депозитные и ссудные операции производятся в евровалютах.

В последние десятилетия структура валютных операций претерпела существенные изменения. Удельный вес сделок с немедленной поставкой валюты снизился, в то время как доля срочной торговли резко возросла. Это отражает, в частности, тот факт, что валютная спекуляция и стремление снизить валютный риск все больше становятся основным движущим фактором развития валютного рынка.

Вопросы для самопроверки

1. *Перечислите основные способы проведения международных валютных обменных операций.*
2. *Назовите применяемые меры регулирования движения капиталов между национальным и международными рынками ссудных капиталов.*
3. *Классифицируйте валютные операции по четырем основным направлениям.*

Основные понятия

Международный валютный рынок — система экономических отношений, возникающих при совершении операций по купле-продаже валюты, а также ценных бумаг в иностранной валюте. Охватывает все ведущие валюты мира. Имеет сложную иерархию (состоит из мировых, региональных, национальных валютных рынков).

Валютная система — совокупность экономических отношений, связанных с функционированием валюты, и форм их организации.

Валютные операции — вид деятельности, охватывающий куплю-продажу иностранной валюты, расчеты в иностранной валюте. Осуществляются финансовыми, кредитными учреждениями, юридическими и физическими лицами.

Валюта — денежная единица страны, используемая во внешнеэкономических связях и международных расчетах.

Валютный курс — цена денежной единицы данной страны (национальной валюты), выраженная в денежных единицах другой страны.

Литература

1. **Балабанов И.Т.** Валютные операции. — М., 1993.
2. **Балабанов И.Т.** Валютный рынок и валютные операции в России. — М., 1994.
3. **Смыслов Д.В.** Международный валютный фонд: современные тенденции и наши интересы. — М., 1993.

Глава 15

Анализ рынка ценных бумаг

1. *Анализ структуры фондового рынка и его показатели*
2. *Анализ основных видов ценных бумаг*
3. *Показатели спроса и предложения на рынке ценных бумаг*

Анализ структуры фондового рынка и его показатели

Экономика современного государства состоит из множества рынков. Особое место в системе экономических отношений занимает фондовый рынок, он же рынок ценных бумаг, являющийся частью рынка капиталов.

Фондовый рынок — это сфера формирования спроса и предложения на кредитные ресурсы и фиктивный капитал, представленный различными типами ценных бумаг. **Ценная бумага** представляет собой документ, который отражает связанные с ним имущественные права, может самостоятельно обращаться на рынке и быть объектом купли-продажи и иных сделок.

Основная макроэкономическая функция фондового рынка состоит в том, чтобы трансформировать временно свободные денежные средства в производственные капиталовложения, то есть передавать денежные ресурсы от сберегателей (заимодателей) потребителям денежного капитала (заемщикам). В процессе торговли кредитными ресурсами и ценными бумагами удовлетворяется спрос коммерческих учреждений, государства или отдельных лиц.

В качестве *продавцов* фондового капитала выступают такие финансовые институты, как коммерческие и инвестиционные банки, страховые компании, ссудосберегательные ассоциации, пенсионные фонды и другие специализированные учреждения.

В качестве *покупателей* или заемщиков капитала выступают, как правило, государство, торгово-промышленные компании и частные лица.

По своей структуре фондовый рынок представляет собой сложное многоуровневое образование, которое обеспечивает распределение денежных средств между участниками экономических отношений через выпуск ценных бумаг, имеющих соответствующую стоимость и могущих продаваться, покупаться и погашаться (см. схему 1).

Учитывая существенные различия в способах первоначального размещения ценных бумаг и их последующего обращения, по характеру экономических отношений принято выделять первичный и вторичный рынки ценных бумаг.

Схема 1

Рынок ценных бумаг и его основные функции

Рынок ценных бумаг *обеспечивает*
распределение денежных средств между участниками экономических отношений через выпуск ценных бумаг, которые имеют собственную стоимость и могут продаваться, покупаться и погашаться.

Основные функции

- централизация временно свободных денежных средств и сбережений для финансирования экономики;
- перелив капитала с целью его концентрации в технически или экономически прогрессивных отраслях и в наиболее перспективных регионах;
- ликвидация дефицита государственного бюджета, его кассовое исполнение и сглаживание неравномерности поступления налоговых платежей;
- информация о состоянии экономической конъюнктуры, исходя из состояния рынка ценных бумаг экономической системы.

Основные типы рынка ценных бумаг

Первичный рынок ценных бумаг	**Вторичный рынок ценных бумаг**

Основные особенности

эмиссия и первичное размещение ценных бумаг	*обращение ранее выпущенных ценных бумаг*

Первичный рынок ценных бумаг связан с эмиссией и первичным размещением ценных бумаг. Основными эмитентами этого рынка являются государство, частные компании и межгосударственные органы, основными объектами сделок — государственные ценные бумаги, частные ценные бумаги и международные ценные бумаги. Размещение вновь выпущенных ценных бумаг происходит путем либо аукциона, либо открытой продажи (см. схему 2).

Основные процессы торговли ценными бумагами разворачиваются на *вторичном рынке* (см. схему 3), который складывается из двух составных частей:
— *фондовой биржи;*
— *внебиржевого рынка ценных бумаг.*

Обе эти структуры, с одной стороны, естественно дополняют друг друга, с другой — являются конкурентами. Соотношение их весов в общем обороте вторичного рынка для разных стран различно. В США, например, уже давно объемы торговли бумагами на внебиржевом рынке сравнялись с оборотом основной фондовой биржи страны — Нью-Йоркской.

В каждой стране может быть несколько центров биржевой торговли ценными бумагами. Но повсеместно наблюдается стремление к ее концентрации. При этом выделяются основная биржа и ряд региональных, выполняющих вспомогательную роль. В Англии, Австралии, Франции в результате процесса консо-

Схема 2

Первичный рынок ценных бумаг

продажа ценных бумаг их эмитентами.

Основные эмитенты

- государство;
- частные компании;
- межгосударственные органы.

Основные инвесторы

- население;
- государство;
- коммерческие органы.

Основные объекты сделок

- государственные ценные бумаги;
- частные ценные бумаги;
- международные ценные бумаги.

Основные формы сделок

- аукционная форма;
- открытая продажа.

лидации функционирует всего одна биржа. В США в 20-е годы насчитывалось примерно 30 фондовых бирж, а в настоящее время их осталось семь (или восемь — с учетом автоматизированной системы котировки Национальной ассоциации фондовых дилеров NASDAQ, которую также можно рассматривать как фондовую биржу).

Процесс этот ускорился благодаря дальнейшему развитию и совершенствованию систем сбора, обработки и передачи информации. Всеохватывающая компьютеризация, создание надежных и доступных телефонных и других сетей, связанных между собой космическими каналами передачи данных, позволяют трем крупнейшим фондовым биржам мира — Нью-Йоркской, Токийской, Лондонской — иметь между собой постоянно действующую систему спутниковой связи. Передача информации осуществляется непрерывно и отображается на биржевых мониторах. В области передачи финансовой информации конкурируют два крупнейших агентства — английское «Рейтер» (имеет 173 000 разбросанных по всему миру терминалов) и американское «Телерейт» (76 000 терминалов). «Телерейт» доминирует на рынке США, «Рейтер» — на всей остальной территории планеты.

Местные региональные биржи, связанные в единую сеть с общенациональной, дополняют систему биржевой торговли. Их немного, и котируются на них те же бумаги, что и на основной фондовой бирже. Биржевой рынок составляет основу рынка ценных бумаг США и других развитых стран.

Схема 3

Вторичный рынок ценных бумаг

перепродажа выпущенных в обращение ценных бумаг.

Основные типы

неорганизованный рынок; организованный рынок.

Основа

организованный биржевой рынок ценных бумаг.

Основные функции

- сводит продавцов и покупателей ценных бумаг;
- обеспечивает куплю-продажу ценных бумаг;
- определяет рыночную цену ценных бумаг;
- распространяет информацию о рыночной цене ценных бумаг.

Форма организации

Фондовая биржа — *специализированная организация, где по специальным правилам и процедурам осуществляются встреча продавцов ценных бумаг с их покупателями и совершение сделок купли-продажи ценных бумаг.*

Основные субъекты

- покупатели ценных бумаг;
- продавцы ценных бумаг;
- посредники по купле-продаже ценных бумаг — брокеры и дилеры.

Так, немногим более 1600 акционерных компаний США имеют доступ к биржевому рынку. Это самые крупные и известные в стране акционерные общества. Количество выпущенных ими акций составляет примерно $^3/_4$ от общего количества акций, обращающихся на фондовом рынке страны.

Но существует немалое количество акционерных обществ, которые по разным причинам не имеют доступа на биржевой рынок. Попасть на него очень непросто. Претендующее на это общество должно удовлетворять целому ряду требований. Основные из них — количество выпущенных в обращение акций и их высокая надежность.

В таких условиях для обществ со средним и малым объемом акционерного капитала свои услуги предлагает *внебиржевой рынок*. Основу внебиржевого рынка составляет компьютеризованная сеть связи, по каналам которой передается информация о миллиардах котируемых акций. По крайней мере часть этих бумаг отличает более высокий уровень спекулятивности. Поэтому многие «игроки» предпочитают внебиржевой рынок. Информация о сложившихся на нем за день ценах, об объемах совершенных сделок регулярно печатается наряду с данными биржевого оборота.

Причины изменения курсов ценных бумаг часто зависят от состояния экономики страны. При этом в качестве индикаторов такого состояния выступают различные индексы курсов акций, или биржевые индексы.

Как правило, в стране доминируют один, максимум два индекса курсов акций, точно так же, как выделяется одна доминирующая фондовая биржа.

Наиболее известны в мире следующие индексы курсов акций:

— *«индекс Доу-Джонса», средний* (для 30 промышленных корпораций) — США, Нью-Йоркская фондовая биржа;
— *«Никкей», средний* — Япония, Токийская фондовая биржа;
— *«Стрейтс таймс»* — Сингапур, Сингапурская фондовая биржа;
— *«Ханг Сенг»* — Гонконг, Гонконгская фондовая биржа и т.д.

Вложение может происходить через прямые и портфельные инвестиции.

Интернационализация мировых рынков и увеличение доли зарубежных ценных бумаг в портфелях крупных инвесторов обусловили потребность в составлении индексов, отражающих общую динамику, с единой базой расчета — так называемых *глобальных индексов*.

К числу наиболее авторитетных и широко используемых индексов подобного рода относятся индексы группы FT-SE «Actuaries World Indexes» и индексы инвестиционного банка «Morgan Stanley Capital International». Расчеты ведутся по 2212 акциям 24 стран мира (FT-SE). На эти акции приходится не менее 70% капитализации каждой из этих стран. База, равная 100, берется за 31 декабря 1986 г. Индекс рассчитывается после закрытия Нью-Йоркского рынка и публикуется на следующий день в газете «Файнэншл таймс».

Индексы «Morgan Stanley» включают 3 интернациональных, 19 страновых и 38 интернациональных отраслевых. В расчет включаются данные по 1375 компаниям, имеющим листинг на биржах 19 стран, на которые приходится 60% общей капитализации в этих странах.

С января 1993 года «Уолл-стрит джорнэл» публикует мировой индекс «Dow Jones World Stock Index» («индекс Доу-Джонса»), рассчитываемый по акциям 2200 компаний из 13 стран мира с разбивкой на 120 отраслевых групп.

К глобальным индексам относятся также индексы «Euromoney-First Boston Global Stock Index» и «Salomon-Russel World Equity Index».

При анализе рынка ценных бумаг различают фундаментальный и технический анализ.

Фундаментальный анализ в большей мере ориентирован на макроэкономические процессы и опирается на показатели, отражающие долговременные тенденции в экономике.

В рамках фундаментального анализа оценивается роль акционерного капитала в том или ином государстве, которая характеризуется прежде всего показателями интернационализации фондового рынка, общей капитализации, ее долей в ВВП, оборота акций на рынке и степенью развитости рынка ценных бумаг.

Интернационализация — одна из особенностей послевоенного развития фондового рынка. Национальные рынки финансовых активов функционируют в тесной взаимосвязи друг с другом. Связи национальных рынков фондовых ценностей с общим рынком мирового экономического сообщества проявляются в глубоком взаимодействии всех крупнейших фондовых бирж мира. Колебания курсов акций и других финансовых активов на биржах одних стран неизбежно отражаются через биржевой механизм на рыночной конъюнктуре других стран.

Операции с ценными бумагами служат инструментом экспорта капитала, средством развития транснациональных корпораций и банков, источником внешнего финансирования для институциональных инвесторов. Практически полная отмена ограничений на перемещение капитала в 70-х годах в развитых странах привела к тому, что рынок ценных бумаг стал в полном смысле слова международным. В обращении появились евроакции и еврооблигации, которые стали главным объектом сделок на мировом фондовом рынке. Международная торговля ценными бумагами возросла в десятки раз по сравнению с послевоенным периодом. Эмиссия ценных бумаг достигла таких размеров, что в результате международный фондовый рынок становится важным элементом мировой экономики.

Общий объем зарубежных фондовых рынков (акций и облигаций) составлял в конце 1994 года около 39 трлн. долл. Почти 40% всего мирового рынка ценных бумаг приходится на США, свыше 20 — на Японию, а в целом на страны «большой пятерки» — более 70%:

Таблица 1

Структура мирового рынка ценных бумаг (в млрд. долл.)

Страны	Облигации	Акции	Всего	Проценты от общего объема
США	9 282	5 028	14 310	36,7
Япония	4 256	3 719	7 975	20,5
ФРГ	1 421	499	1 920	4,9
Великобритания	645	1 158	1 803	4,6
Франция	1 112	452	1 564	4,0
Другие	7 713	3 707	11 420	29,3
Весь мир	**24 429**	**14 563**	**38 992**	**100,0**

Источник: **BIS Annual Report Basle; FIBV Annual Report and Statistics.** — 1995.

Показатели *общей капитализации* и *ее доли в ВВП* представлены на примере некоторых стран:

Таблица 2

Соотношения ВВП и показателей фондовых рынков (в млрд. долл.)

Страны	ВВП на 1994 г.	Общая капитализация рынка	Оборот акций на рынке
Германия	1 753,00	470,50	460,60
Франция	1 235,00	451,20	615,30
Англия	1 010,00	1 210,20	928,10
США	6 027,00	5 081,80	3 592,60

Источник: **International Finance Corporation. Emerging Markets Factbook.** — Wash.,1995.

Российский рынок ценных бумаг относится к *развивающимся рынкам*. Общая капитализация российского фондового рынка в 1998 году достигла 50 млрд. долл. Среднедневной объем торгов в долларовом выражении составляет около 100 млн. долл. По темпам роста этих показателей Россия является лидером среди развивающихся рынков. За короткий промежуток времени российский фондовый рынок превратился в один из самых динамично развивающихся рынков мира.

Анализ основных видов ценных бумаг

Инвестиции в ценные бумаги называют финансовыми инвестициями. Инвестиции подразделяются на прямые и портфельные. **Прямые инвестиции** осуществляются через капиталовложения в предприятие с целью приобретения прав на управление этим предприятием и получения прибыли.

Портфельные инвестиции означают, что приобретаются акции, облигации и другие ценные бумаги эмитентов. Эти ценные бумаги приносят только определенный доход (дивиденды, проценты), но не дают право контроля и управления предприятием.

Того, кто вкладывает средства, называют **инвестором**. Основными инвесторами являются население, государство и коммерческие органы. Инвесторы бывают *индивидуальными* и *институциональными*. К последним относят целые финансовые институты, такие как страховые общества, пенсионные фонды, коммерческие банки и т.д.

В зависимости от состояния экономики инвесторы выбирают один из трех возможных способов помещения средств:

— *акции;*
— *облигации;*
— *сверхнадежные средства денежного рынка.*

К последним относятся отдельные банковские вклады, депозитные сертификаты и акции взаимных фондов.

Фондовый рынок подразделяется на две составные части: *рынок долгосрочного денежного кредита* (облигационный рынок) и *рынок фиктивного капитала,* или рынок ценных бумаг.

К **ценным бумагам** относятся акции, облигации, паи, векселя, приватизационные чеки (ваучеры), сберегательные боны, депозитные сертификаты, опционы, фьючерсные контракты и ряд других.

Но обычно в финансовой практике к ценным бумагам относятся лишь такие денежные документы, которые могут быть объектом сделки, а также источником получения разового или постоянного дохода. Поэтому к ценным бумагам не относятся долговые расписки, завещания, лотерейные билеты, страховые полисы и документы на получение банковского кредита.

Ценные бумаги принято называть фиктивным капиталом по той причине, что они практически не имеют внутренней стоимости, а ценность их заключается лишь в способности приносить доход и удостоверяет право собственности. Фондовые ценные бумаги являются представителями реальных фондов и в определенной степени отражают их величину.

Объектом сделок денежного рынка могут быть денежные ресурсы в самых разных формах. Это и *наличные деньги*, и *депозиты*, и *ценные бумаги*. Рас-

смотрим более подробно особенности ценных бумаг как объекта сделок денежного рынка:

Схема 4

Ценные бумаги как объект сделок денежного рынка

Объекты сделок денежного рынка —

материальные ценности, находящиеся в собственности фирмы или отдельного лица, а также официальные документы, подтверждающие передачу собственности кому-либо в долг.

Основные формы

- наличные деньги;
- депозиты;
- ценные бумаги.

Ценная бумага

документ, который отражает связанные с ним имущественные права, может самостоятельно обращаться на рынке и быть объектом купли-продажи и иных сделок, служит источником получения регулярного или разового дохода.

Основные виды

ценные бумаги, выражающие отношения совладения;	*ценные бумаги, выражающие кредитные отношения.*

Основные формы

- акции;
- облигации;
- векселя;
- казначейские обязательства;
- депозитные сертификаты.

Ценные бумаги являются источником получения регулярного или разового дохода. Они подразделяются на ценные бумаги, выражающие отношения *совладения*, и ценные бумаги, выражающие *кредитные отношения*. Первые могут быть представлены *акциями*. К последним относятся *облигации, векселя, казначейские обязательства* и *депозитные сертификаты.*

Различают *обыкновенные, привилегированные, именные акции* и *акции на предъявителя* (см. схему 5).

Рынки акций и облигаций теснейшим образом связаны между собой, и зачастую денежные средства с одного из них напрямую перекачиваются на другой. Связь эта действует и на уровне акционерных обществ, так как многие из них выпускают оба вида бумаг, и показатели акций общества влияют на показатели стоящих за ними облигаций.

смотрим более подробно особенности ценных бумаг как объекта сделок денежного рынка:

Схема 4

Ценные бумаги как объект сделок денежного рынка

Объекты сделок денежного рынка —

материальные ценности, находящиеся в собственности фирмы или отдельного лица, а также официальные документы, подтверждающие передачу собственности кому-либо в долг.

Основные формы

- наличные деньги;
- депозиты;
- ценные бумаги.

Ценная бумага

документ, который отражает связанные с ним имущественные права, может самостоятельно обращаться на рынке и быть объектом купли-продажи и иных сделок, служит источником получения регулярного или разового дохода.

Основные виды

ценные бумаги, выражающие отношения совладения;	*ценные бумаги, выражающие кредитные отношения.*

Основные формы

- акции;
- облигации;
- векселя;
- казначейские обязательства;
- депозитные сертификаты.

Ценные бумаги являются источником получения регулярного или разового дохода. Они подразделяются на ценные бумаги, выражающие отношения *совладения*, и ценные бумаги, выражающие *кредитные отношения*. Первые могут быть представлены *акциями*. К последним относятся *облигации, векселя, казначейские обязательства* и *депозитные сертификаты*.

Различают *обыкновенные, привилегированные, именные акции* и *акции на предъявителя* (см. схему 5).

Рынки акций и облигаций теснейшим образом связаны между собой, и зачастую денежные средства с одного из них напрямую перекачиваются на другой. Связь эта действует и на уровне акционерных обществ, так как многие из них выпускают оба вида бумаг, и показатели акций общества влияют на показатели стоящих за ними облигаций.

Таблица 3

Роль эмиссии облигаций в финансировании инвестиций в США

Валовые инвестиции, млрд. долл.	876
Эмиссия облигаций, млрд. долл. (нетто)	631
Доля облигаций в инвестициях, %	72

Источник: **FIBV Annual Report and Statistics**. — 1994.

Облигации представляют собой долговые обязательства государства, органов местного самоуправления, предприятий, различных фондов и организаций. Основными видами облигаций являются государственные облигации и облигации компаний. Эмитентами государственных облигаций выступают центральное правительство и его органы, местные органы власти и отдельные относительно независимые государственные учреждения. Выпуск облигаций компаний определяют промышленные банки и инвестиционные фонды.

Схема 6

Облигации и их формы

Облигации —

долговые обязательства государства, органов местного самоуправления, предприятий, различных фондов и организаций.

Основные особенности

- являются свидетельством того, что выпустившая их компания или организация обязуется выплатить владельцу в течение определенного времени процент по ней, а по наступлении срока выплаты — погасить свой долг перед владельцем;
- не предоставляют держателям права участвовать в управлении делами предприятий и организаций, выпустивших облигации;
- проценты по облигациям, как правило, не превышают процент по банковскому кредиту;
- держатель облигации получает право на доход в виде фиксированного процента от нарицательной стоимости.

Основные виды

Государственные облигации	Облигации компании
Долговые обязательства государства	*Долговые обязательства компании*

Основные эмитенты

• центральное правительство и его органы • местные органы власти • отдельные относительно независимые государственные учреждения	• промышленные фирмы • коммерческие банки • инвестиционные банки • инвестиционные фонды

Показатели спроса и предложения на рынке ценных бумаг

Положение рынка ценных бумаг обусловлено общим состоянием экономики страны. Ценные бумаги являются хотя и специфическим, но товаром. Поэтому рынок ценных бумаг представляет собой лишь фрагмент национального рынка в целом. Вложение в ценные бумаги является одним из вариантов капиталовложений, всегда преследующих цель приумножения исходного капитала. Спрос на ценные бумаги возникает, если они более эффективны, чем альтернативные вложения, связанные с одинаковыми затратами.

Конъюнктура рынка ценных бумаг на микроуровне рассматривается с применением элементов **технического анализа**, изучающего в основном динамику инвестиционных предпочтений, на которые оказывают влияние такие показатели, как *спрос* и *предложение*, *доходность, надежность* и *риск*. На эти показатели воздействуют события из повседневной жизни предприятий-эмитентов, налоговой инспекции, спрос и предложение на продукцию эмитента и смежных отраслей и т.д.

Для эффективного развития рынка ценных бумаг необходимо наличие не только *предложения* товара, но и *платежеспособного спроса*, причем структура спроса, предъявляемого в различных секторах рынка, кардинальным образом зависит от общего уровня спроса, от потребительского потенциала общества в целом.

В странах с достаточно высоким уровнем доходов денежные накопления населения определяют большой спрос на фондовом рынке. Это подтверждается высоким удельным весом населения во владении акциями. Так, в структуре собственности на акционерный капитал США доля частных владельцев составляет около 50%. При этом на долю населения приходится более 2,5 трлн. долл. акционерного капитала в абсолютном выражении.

Таблица 4

Собственники акционерного капитала США

Курсовая стоимость акций (в трлн. долл.)	**5,13**
Доля (в %):	
Население	49,4
Юридические лица, в том числе:	50,6
— Частные пенсионные фонды	20,5
— Взаимные фонды	9,1
— Государственные пенсионные фонды	9,1
— Иностранные инвесторы	6,4
— Компании страхования жизни	2,4
— Прочие страховые компании	2,5
— Прочие	0,6

Источник: **Market 2000. An Examination of Current Equity Market Development**. — Wash., 1997.

Это же подтверждает и высокая доля ценных бумаг в структуре ликвидных активов населения.

Таблица 5

Структура ликвидных активов населения

Всего активов (в млрд. долл.)	**8 164**
Из них (в %)	
Депозиты в банках	35,4
Акции корпораций	31,1
Облигации федерального правительства	11,0
Акции взаимных фондов	8,0
Муниципальные облигации	7,3
Взаимные фонды денежного рынка	5,7
Облигации корпораций	1,6

Источник: **Market 2000. An Examination of Current Equity Market Development**. — Wash., 1997.

Либерализация цен, проведенная в России в начале 1992 года, привела к обесценению сбережений населения и падению доходов в 3 раза. В дальнейшем этот уровень повышался весьма медленно. В результате деформировалась структура спроса: основная часть доходов стала затрачиваться на удовлетворение самых насущных потребностей, средний уровень денежных сбережений резко снизился.

Для того чтобы проанализировать, насколько эффективно акционерное общество (АО) как долговременный источник **дохода**, надо обратить внимание на отношение *курсовой стоимости* (К) акции к *чистой прибыли* (П), приходящейся на одну акцию — К/П, а также на величину *прироста капитала*, определяемую путем сопоставления двух показателей: *дивиденда на акцию* (Д на А) и *чистой прибыли на акцию* (дивиденд + прирост капитала АО) — (П на А). Из этих показателей, пожалуй, только последний (П на А) непосредственно отражает действительные результаты работы АО за год. Дивиденды могут выплачиваться, по крайней мере частично, не из годовой прибыли общества, создавая таким образом у акционеров иллюзию достижения высоких результатов. Что же касается курсовой стоимости акции, то эта величина складывается под воздействием стихии рынка и зачастую имеет слабую связь с размером *действительного капитала* АО.

Для анализа доходности АО могут быть объединены в три основные группы.

I. Растущие общества. К ним относятся общества, только что образованные в результате эмиссии и размещения на первичном рынке акций. Как правило, это малодоходные или даже убыточные предприятия. Они могут позволить себе не выплачивать дивиденды. Курс их акций определяется главным образом спекулятивными интересами инвесторов. Как следствие низких прибылей и высоких курсов для многих из них характерно необычайно высокое значение одного из самых важных биржевых показателей — *отношения курсовой стоимости к чистой прибыли* (К/П). Возможности получения займов

для них крайне ограничены. Для этой группы характерен высокий уровень банкротств. Но вместе с тем *выигрыш инвестора за счет роста курса* при удаче может в сотни или даже тысячи раз превышать первоначально вложенные незначительные средства.

II. Общества устойчивого роста. Они имеют значительно лучшие, хотя все еще и ограниченные, условия получения кредитов (под более высокий процент, меньшего объема). Начинают складываться дополнительные собственные резервы на случай длительного падения конъюнктуры. *Основу дохода инвестора составляет рост курсовой стоимости их акций.* Такие общества называют еще АО с малой капитализацией.

III. Зрелые акционерные общества (доходного типа). Имеют доступ ко всем источникам финансирования. Собственные резервы позволяют пережить практически любой кризисный период в экономике страны. *Акции очень надежны, приносят большие дивиденды, но и столь же дороги.*

Говоря о цене акции, следует различать:

— *номинальную цену*, которая указывается на самой бумаге;
— *эмиссионную цену*, по которой она продается на первичном рынке (эмитируется);
— *рыночную цену* (курс), по которой она котируется (оценивается) на вторичном рынке ценных бумаг;
— *балансовую* («книжную») цену, определяемую на основе документов финансовой отчетности АО как разницу между стоимостью принадлежащего АО имущества и других ценностей и суммой его долгов, то есть величиной его действительного капитала.

Курсовая цена акции может быть выше или ниже номинальной. Превышение курсовой цены акции над номинальной ценой называется лажем, или ажио; превышение номинальной цены над курсовой называется дизажио. Курсовая, или биржевая, цена акции находится в прямой зависимости от получаемого по ней дивиденда и в обратной зависимости от нормы процента (см. схему 7).

Ценность акции — в ее способности приносить дивиденды до тех пор, пока существует само АО. Дивиденд — это основной показатель, воздействующий на рыночную цену акции. Его можно рассматривать как вознаграждение акционеру за риск, которому он подвергается, вкладывая деньги в бумаги данного АО.

Начисление дивиденда может производиться поквартально, раз в полгода, раз в год. Величина его выражается либо в денежном измерителе, либо в процентном отношении к курсовой стоимости акции. При этом говорят о *ставке дивиденда.*

Считается, что хорошо работающее АО постоянно, из года в год выплачивает возрастающие дивиденды. Причем рост курса акций на рынке, как правило, обгоняет увеличение суммы выплачиваемых дивидендов.

Таким образом, *доход* акционера складывается из двух составляющих:

— *дивиденда на акцию;*
— *изменения курсовой стоимости акции.* Ведь на выплату дивидендов идет только часть полученной обществом чистой прибыли. Поэтому оставшуюся в собственности АО долю нераспределенной чистой прибыли, приходящуюся на акцию, — так называемый прирост капитала — тоже можно рассматривать в качестве *дохода.* Если его правильно использовать, он позволит расширить производство и выйти на еще больший уровень прибыли.

Схема 7

Цена акции и ее формы

Цена акции — *денежная форма стоимости акции.*

Основные виды

Номинальная цена	*денежная сумма, обозначенная на акции.*
Курсовая цена	*цена, по которой акция продается на рынке.*

Основные особенности

- курсовая цена акции может быть выше номинальной цены или ниже ее;
- превышение курсовой цены акции над номинальной ее ценой называется лажем, или ажио;
- превышение номинальной цены акции над курсовой ценой называется дизажио;
- если курсовая цена акции превышает ее номинальную цену, то разница между суммой, полученной от продажи акций, и суммой действительно вложенного в предприятие капитала составляет учредительскую прибыль;
- курсовая, или биржевая, цена акции находится в прямой зависимости от получаемого по ней дивиденда и в обратной зависимости от нормы процента;
- сделки купли-продажи акций в своем большинстве осуществляются на фондовой бирже;
- организационная купля-продажа акций на фондовых биржах дополняется внебиржевым обращением акций.

Поэтому анализируется совокупная доходность конкретной акции. По этой причине совокупную рыночную стоимость акций общества называют *фиктивным капиталом*. Тем не менее чем выше курс акций, тем лучше позиция АО и шире его возможности привлечения дополнительного капитала.

Кроме дивидендов и названных показателей курс акций на рынке ценных бумаг определяет ставка ссудного процента, иначе говоря, плата, за которую можно взять ссуду. Чем она выше, тем дороже становятся заемные деньги и тем труднее вести хозяйственные дела акционерного общества.

Итак, *курс акций падает при росте ставок процента и увеличивается вместе с ростом выплачиваемых дивидендов*.

На рынке ценных бумаг известны два типа инвесторов: так называемые «игроки» и вкладчики на большой срок. «Игроки» рассчитывают прежде всего на прибыль по *курсовой разнице*. Курсы акций в условиях фондового рынка могут изменяться стремительно. Спекулятивные интересы инвесторов оказывают очень большое влияние на курсовую цену акций.

Темпы изменения курсов акций значительно превосходят темпы изменения их дивидендов. Поэтому возможный выигрыш на курсовой разнице может намного перекрыть совокупные доходы по дивидендам. Но этот же спекулятивный характер операций грозит и значительными потерями при неудаче. Риск, которому подвергают свои инвестиции «игроки», значительно превышает естественный риск вкладчиков на большой срок.

Все инвесторы, играющие на курсовой разнице, делятся на два основных типа: тех, которые ожидают понижения курсов (*«медведи»*), и тех, которые рассчитывают, что цены возрастут (*«быки»*). «Медведь» (понижение цен) и «бык» (их повышение) отражают игру спроса и предложения, приводящую в результате к выравниванию ситуации.

У акции есть одно очень важное преимущество перед твердопроцентными бумагами. Рост их дивидендов в основном опережает темпы роста инфляции. Инфляция — главный бич кредиторов — не отражается значительно на акционерном капитале. Можно говорить о том, что акции обладают антиинфляционной устойчивостью.

Однако было бы ошибкой утверждать, что акции всегда обладают большими возможностями.

Значительную роль на рынке ценных бумаг играют облигации. После выпуска облигаций и начала их обращения на вторичном рынке их рыночная цена или ее эквивалент — курс — находятся в постоянном движении. Да и на первичном рынке бумаги продаются чаще всего не по номинальной цене, которая используется лишь в качестве базы для расчетов купонного дохода.

Основной причиной таких колебаний являются цикличность в развитии рыночной экономики и вызванные этим изменения процентных ставок. В фазе подъема экономики кредитные деньги становятся дорогими. Все стремятся занять деньги. Результат — рост процентных ставок. Увеличение их становится еще большим благодаря действиям центрального банка, стремящегося уменьшить «перегрев» экономики и ограничить масштабы будущего спада.

Выпускаемые в этот момент бумаги с фиксированным доходом имеют более высокие купонные ставки по сравнению с облигациями предыдущих выпусков. В этих условиях становится естественным стремление владельцев малодоходных облигаций избавиться от них как можно скорее, чтобы приобрести новые, высокодоходные. При этом курсы старых бумаг с низкими ставками резко падают, а сами бумаги становятся более доступными новым покупателям.

В конце концов наступает момент, когда их владельцы вынуждены решать проблему: превышает ли более высокий доход по новым бумагам потери на курсовой разнице старых и новых облигаций? На этом этапе падение курса низкодоходных облигаций прекращается. Когда экономика страны вступает в фазу спада, все эти события протекают в обратном порядке. При этом владельцы облигаций, особенно долгосрочных, «пожинают плоды» растущих курсов своих бумаг.

Надо отметить, что реальные процессы, протекающие на рынке облигаций, более сложны. Это всего лишь их общая схема. Попробуем поближе познакомиться с ними и обратимся для этого к количественному примеру. Пусть приобретена облигация по номинальной цене 100 руб. Купонная ставка — 5%. Следовательно, ежегодные выплаты составляют: 100 руб. × 0,05 = 5 руб. Прошло некоторое время, и нам понадобилось продать облигацию. Но к этому моменту ставка ссудного процента достигла 10% в год. В таких условиях никто не захочет купить нашу бумагу по номиналу. Вложив те же 100 руб. в новую облигацию этого года, инвестор получит уже: 100 руб. × 0,10 = 10 руб. купонного дохода в год.

Однако у облигации есть еще и собственная стоимость, выручаемая при погашении, поэтому она подешевела не вдвое. При условии, что до погашения остается один год, курс нашей облигации составит 95,46. Заплатив за нее 95,46 руб. и получив через год за саму бумагу 100 руб. и по купону 5 руб., новый инвестор приобретет: 105 руб. — 95,46 руб. = 9,54 руб., что составляет 10% от вложенной им в облигацию суммы:

$$\frac{9{,}54 \text{ руб.}}{95{,}46 \text{ руб.}} \times 100\% = 10\%.$$

Иными словами, при росте процентных ставок курс облигаций изменится ровно настолько, насколько это необходимо для *компенсации потерь в доходности бумаги*, вызванных изменением ставок.

Курс облигации в значительной мере определяется ситуацией на рынке, сложившейся к моменту помещения средств в бумагу, так называемой *ставкой помещения*. Под ставкой помещения понимают расчетную величину, характеризующую степень ожидаемой действительной доходности инвестиций.

Ставка помещения — это такая ставка, при которой вкладчик, заплатив за облигацию с конкретным купонным доходом ее рыночную цену, получит удовлетворяющий его в данных условиях действительный доход. Из приведенного примера можно сделать следующий вывод: *если ставка помещения падает — курс облигации возрастает. Если ставка помещения растет — курс падает.* То есть ставка помещения и курс находятся в обратном движении.

В этом факте можно увидеть еще одну причину, позволяющую называть облигации бумагами с фиксированным доходом. Естественные для рыночной экономики колебания ставок ссудного процента компенсируются противоположными изменениями курсов этих бумаг. В результате действительная доходность облигаций уравнивается с изменившимися значениями ставок ссудного процента.

Облигации на рынке ценных бумаг продаются и покупаются по рыночной цене, процентным выражением которой является курс. Если рыночная цена больше номинала, говорят, что облигация покупается с *премией* (переплатой сверх номинала за будущие высокие доходы). Если она меньше номинала, говорят о покупке с *дисконтом* (скидкой, вызванной низкими доходами по облигации).

Если отбросить влияние спроса-предложения и других случайных факторов рынка, то рыночная цена будет равна *расчетной цене облигации*, то есть цене, определяемой на основе строгих математических расчетов по исходным данным. Эта расчетная цена есть не что иное, как *оценка* всех будущих поступлений по облигации в условиях данного состояния рынка.

Иными словами, это обобщенная величина, эквивалентная всем поступлениям по данной бумаге, которые предстоит получить по ней, начиная с момента ее покупки и вплоть до погашения, при принятой ставке помещения.

Таким образом, будущие поступления от приобретенной облигации складываются из двух составляющих:

— выплачиваемой при ее погашении выкупной цены;

— периодически получаемого купонного дохода.

По этой причине расчетная цена облигации исчисляется как сумма двух слагаемых:

— *современной величины выкупной цены;*

— *современной величины совокупного купонного дохода.*

Для исчисления обеих составляющих расчетной цены при различных значениях исходных данных составлены специальные таблицы доходности, по которым можно получить любое искомое число.

Ставка дохода по облигации может предстать в трех видах:

— *купонная ставка*;

— *ставка текущего дохода;*

— *ставка действительного дохода.*

Ставка купонного дохода обусловливает процент к номиналу облигации, который обязуется выплачивать эмитент. Купонный доход, называемый еще «*реализованным доходом*», представляет собой фактически полученные владельцем облигации деньги, начисляемые в соответствии с условиями займа и вне всякой зависимости от изменения курса облигации за все время ее действия.

Ставка текущего дохода измеряется отношением купонного дохода к рыночной цене бумаги. Так, например, если приобретается облигация по курсу 95,00 с купонной ставкой 5%, реальный доход составит не 95 руб. × 0,05 = 4,75 руб., а все те же 5% от номинала, то есть 5 руб. Следовательно, при таких условиях приобретения ставка текущего дохода превысит 5% и составит:

$$\frac{5\ \text{руб.}}{95\ \text{руб.}} \times 100\% = 5{,}26\%.$$

Если 5-процентная облигация покупается по курсу, например, 105,00, то ставка текущей доходности составит:

$$\frac{5\ \text{руб.}}{105\ \text{руб.}} \times 100\% = 4{,}76\%.$$

Итак, *при покупке облигации по курсу, выше номинального* (покупка с премией), *ставка текущей доходности будет меньше купонной ставки. При покупке по курсу, ниже номинального* (покупка с дисконтом), *ставка текущей доходности превысит купонную ставку.*

Текущий доход, несомненно, отражает изменение действительной доходности облигации, но далеко не в полной мере. Это отношение (купонного дохода к рыночной цене) более подходит для измерения дохода по привилегированным акциям, чем для облигаций. Оно не учитывает стоимости бумаги при погашении и предполагает, что уплата будет производиться вечно.

Для оценки действительного дохода, или дохода, исчисленного с учетом срока погашения облигации, нам вновь придется обратиться к примеру. Пусть приобретена 5-процентная облигация с номинальной ценой, равной выкупной цене и равной 100 руб. Срок займа — 3 года, ставка помещения — 7%. По таблицам доходности находим, что облигация размещена по курсу 94,75. Определим изменение расчетной цены облигации по годам.

Годовой доход по купону этой бумаги составляет 100 руб. × 0,05 = 5 руб. Дисконт — разность между номиналом и ценой приобретения: 100 руб. – 94,75 руб. = = 5,25 руб. В конце первого года доход по вложенной сумме при данной ставке

помещения составил бы 94,75 руб. × 0,07 = 6,63 руб. Фактически же владелец облигации получает лишь 5 руб. Недоплата при этих условиях составляет: 6,63 руб. – 5 руб. = 1,63 руб. Эта сумма не теряется. На нее сокращается дисконт и увеличивается расчетная цена. В конце первого года она составит: 94,75 руб. + 1,63 руб. = 96,38 руб. Продолжая рассуждать таким образом, мы можем получить данные за каждый последующий год и увидим, что фактически ежегодно выплачивается 5 руб. годового дохода, называемого *реализованным доходом*. В то же время в конце первого года расчетная цена облигации увеличилась на 1,63 руб. по сравнению с ценой приобретения. С одной стороны, упомянутый доход вполне реален (увеличение курса бумаги), с другой стороны, получить его владелец сможет лишь при погашении облигации или ее продаже. Этот второй доход, измеряемый приростом цены, называют *нереализованным доходом*. Совокупность реализованного и нереализованного доходов по облигации определяет *действительный доход*, являющийся наиболее полным мерилом доходности от инвестиций в твердопроцентные бумаги.

При его исчислении учитываются все определяющие факторы:
— купонная ставка;
— выкупная цена;
— время, оставшееся до погашения;
— курс при приобретении.

Однако мы до сих пор не определили ставки действительной доходности. Это нетрудно сделать. В последнем примере указана величина ставки помещения, равная 7%. По нашему определению, ставка помещения — это расчетная величина, характеризующая степень ожидаемой действительной доходности, то есть то, что мы ищем. Ставится задача отыскать ее при прочих прежних условиях (номинальная цена — 100 руб., купонная ставка — 5%, срок займа — 3 года, облигация приобретена по курсу 94,75).

Для начала определим первое приближение к искомой величине — ставку текущего дохода:

$$\frac{\textit{годовой купонный доход}}{\textit{рыночная цена облигации}} = \frac{5 \text{ руб.} \times 100\%}{94{,}75 \text{ руб.}} = 5{,}28\%.$$

Для более точного расчета следует учесть срок и выкупную цену. Пусть выкупная цена равняется номиналу, и через 3 года инвестор получит 100 руб. Кроме текущего дохода, как мы выяснили, он получает нереализованный доход в виде распределенной по годам величины дисконта. В нашем случае дисконт составит: 100 руб. — 94,75 руб. = 5,25 руб., или по курсовой разнице 5,25%. Распределение их на 3 года дает прирост в 5,25% : 3 = 1,75% к годовой ставке текущего дохода. Таким образом, ставка действительного дохода в нашем случае составляет 5,28% + 1,75% = 7,03%.

Некоторое различие величин объясняется не ошибкой метода, а сложным характером математической зависимости ставки действительной доходности и расчетной цены.

По отношению к обоим компонентам действительного дохода инвесторы в твердопроцентные бумаги делятся на две группы:

вкладчики на срок, рассчитывающие на все составляющие дохода от бумаги, но главным образом на его реализуемую часть;

«игроки», основная цель которых — прибыль по курсовой разнице. При этом «игроки» постоянно должны решать следующую проблему: *превышает ли текущий доход по бумаге предполагаемые потери по курсовой разнице.*

Можно сделать еще один вывод. Даже если ставка помещения постоянна, расчетная цена облигации изменяется во времени. Следовательно, проблема оценки облигации возникает не только при купле-продаже ее на рынке ценных бумаг, но и когда она находится у владельца. Происходит это по следующим причинам:

— приближается дата погашения бумаги, следовательно, уменьшается влияние на оценку облигации дисконта или, если она приобретена по курсу выше номинала, премии. *Чем ближе дата погашения облигации, тем меньше разница между номинальной и рыночной ценами. При этом рыночная цена облигации, купленной с премией, падает, а облигации, купленной с дисконтом — возрастает;*

— происходит выплата дохода по облигации; соответственно уменьшается этот элемент расчетной цены, учитывающий будущие поступления. Так как рыночная цена эквивалентна будущим поступлениям от бумаги, то после каждой выплаты дохода премия и дисконт будут уменьшаться и к концу срока станут равны нулю. То есть со временем произойдет возмещение премии или — в противоположном случае — накопление дисконта.

Для анализа инвестиционного качества облигаций корпорации используются три позиции:

1) способность оплатить задолженность (вернуть долг);

2) способность выплатить по нему проценты;

3) кредитные позиции предприятия.

Способность оплатить заем. Во-первых, в исследовании инвестиционного качества облигаций корпорации необходимо определить, достаточными ли являются активы предприятия для оплаты его долгов. Для этого нужно взять стоимость всех имеющихся активов к долгосрочной задолженности предприятия по облигациям или к его общей задолженности. Очевидно, что предприятия с большим значением этого показателя оказываются в более выгодных кредитных условиях, чем предприятия с маленьким значением. При этом стоимость активов оценивается по их рыночной стоимости, а не по балансовой.

Способность оплатить проценты. Во-вторых, осуществив заем посредством выпуска облигаций, предприятие должно обеспечить выплату процентов по нему из своих текущих доходов. В данном случае показателями способности предприятия выплачивать дивиденды являются: поток кассовой наличности и покупательная способность. Обычно считается, что чистая прибыль за вычетом налоговых платежей должна покрывать величину выплат по процентам не менее чем в 3 раза.

$$\textit{Окупаемость процентных выплат} = \frac{\textit{Чистая прибыль за вычетом налогов}}{\textit{Величина выплачиваемых процентов}}.$$

Кредитные позиции предприятия. В-третьих, для определения способности предприятия оплатить свой долг и, следовательно, инвестиционного качества выпуска необходимо выявить общие кредитные позиции предприятия. Следует

обратить внимание на кредитную историю предприятия. Выпуск можно рассматривать как удовлетворительный, если данное предприятие не имело неприятных эпизодов в своем кредитном прошлом и в данный момент находится на сильных финансовых позициях.

Практически все выпускаемые облигации оцениваются одним или несколькими специализированными рейтинговыми агентствами. Основная цель — определить способность эмитента вовремя выплачивать проценты в течение срока существования облигации и своевременно ее погашать. Другими словами, нужно определить показатель *надежности*.

Занимаются этим неправительственные коммерческие агентства. В мире наибольшую известность получили системы оценки двух основных рейтинговых агентств — «Standard & Poor's Corporation» и «Moody's Investors Service». Их оценки, как правило, совпадают.

Инициатива определения рейтинга ценной бумаги, как правило, принадлежит эмитенту, который выплачивает агентству определенную сумму за оценку своей кредитоспособности.

Если облигация не прошла процедуру оценки и для нее не указан рейтинг, ее не будут покупать индивидуальные инвесторы, а институциональные инвесторы по закону не имеют права совершать такие покупки. Закон зачастую предписывает и самый низкий допустимый рейтинг облигациям, приобретение которых разрешается конкретным институциональным инвесторам.

Все рейтинговые агентства используют буквенную систему обозначения степени *риска*. Высший уровень надежности обозначается буквами AAA, самый низкий — D. «Полутона» характеризуются знаками «+» и «–».

Рейтинг первых четырех уровней характеризует так называемые ценные бумаги инвестиционного класса, следующая группа — спекулятивные ценные бумаги и последняя, третья, относится к полностью неплатежеспособным эмитентам.

Таблица 6

Виды рейтинговых оценок

Облигации инвестиционного класса	
— высшее качество	AAA
— высокое качество	AA
— качество выше среднего	A
— среднее качество	BBB
Спекулятивные облигации	BB
	B
Эмитент на пороге банкротства или банкрот	CCC
	CC
	D

Резюме

Анализ рынка ценных бумаг, основная задача которого состоит в обеспечении нормального функционирования всех отраслей экономики путем инвестирования в их хозяйственную деятельность крупных капиталов, имеет большое значение для инвесторов, предприятий и государства.

Рынок ценных бумаг представляет собой систему экономических отношений, связанных с выпуском, размещением и продажей ценных бумаг, и выполняет следующие функции:

— обеспечивает контакт продавца и покупателя;
— способствует стабилизации цен, балансирует спрос и предложение на фондовые ценности.

Вопросы для самопроверки

1. *Какие основные показатели используются для анализа фондового рынка?*
2. *Назовите отличительные особенности акций и облигаций.*
3. *Какие ценные бумаги используют АО для расширения уставного капитала, для пополнения оборотных средств?*
4. *Что характеризует собой показатель капитализации рынка ценных бумаг?*

Основные понятия

Финансовые инвестиции — приобретение активов в форме ценных бумаг для извлечения прибыли при «нормальном» для данного вида инвестиций риске.

Ценные бумаги — юридический денежный документ особого рода, удостоверяющий право собственности или отношения по займу.

Акции — ценные бумаги с нефиксированным доходом, выпускаемые акционерными компаниями для увеличения собственного капитала. Они являются титулами собственности и дают право на часть прибыли, которая называется *дивидендом*. Акции имеют *номинальную и реальную цену*. Первая из них определяет денежную сумму, обозначенную на акциях. Реальная, или курсовая, цена — это цена, по которой акции продаются и покупаются на рынке.

Литература

1. **Российский фондовый рынок. Законы. Комментарии. Рекомендации** / Под ред. А.А. Козлова. — М., 1994.
2. **Как работает биржа**. — М., 1991.
3. **Ефремов И.А.** Государственные ценные бумаги и обязательства: обращение, операции, учет, налогообложение. — М., 1995.

Раздел III

Анализ хода и результатов деятельности предприятия, фирмы

Пусть нас упрекнут за шутку, но анализ деятельности фирмы начинается с разработки бизнес-плана. В рыночной экономике это означает проведение систематических, достаточно глубоких и комплексных маркетинговых исследований. Основная задача маркетинга — выявить и оценить главные внешние и внутренние факторы, влияющие на овладение рынком, эффективность, прибыльность работы. Любая фирма, как давно действующая, так и, тем более, новая, может успешно функционировать, только составив достаточно подробный, обычно годовой, план своей деятельности. Поэтому его смысл и содержание мы более детально рассмотрим в специальной главе данного раздела. Здесь лишь скажем, что такой план дает предпринимателям, руководителям, экономическим службам весьма простой и надежный инструмент анализа и контроля за всеми показателями, связанными прежде всего с рынком: с объемом продаж в целом, по отдельным группам товаров и товарам, секторам рынка; спросом и предложением; соотношением, уровенем цен и их динамикой, каналами сбыта, рекламой и т.д. Его составной и важной частью является финансовый план, прежде всего по доходам и расходам, а также балансовый план. Как ни парадоксально, но в рыночной экономике планирование деятельности фирмы — существенный залог ее успеха. Конкретность планов и программ, четкость целей и достаточно подробный перечень мер по их достижению, ресурсного обеспечения — предпосылки рыночного успеха. Вместе с тем это существенно облегчает анализ хода и

результатов деятельности предприятия. Практически он начинается с изучения в рамках маркетинга всей совокупности внешних и внутренних факторов и может быть представлен в виде схемы (см. Приложение 3, схема 1):

Как видно из схемы, к внешним факторам относятся те, которые предприятие не может изменить, но должно учитывать в своей работе, поскольку они так или иначе отражаются на его положении и состоянии дел. К ним относятся основные, рассмотренные нами в разделах I и II учебника: состояние экономики (макроэкономические и общеэкономические показатели и данные), демография и культура (численность, динамика и структура населения, изменение поведенческих установок и предпочтений, образ жизни, потребительские склонности и т.п.); экология (воздействие окружающей среды, резкий рост экологических затрат и т.д.); развитие технологии и техники; динамика и тенденции изменения спроса; состояние и уровень конкуренции; состояние и тенденции изменения предложения ресурсов (сырья, материалов, инвестиционных средств, рабочей силы и т.п.); социальные, политические, этнические, религиозные и другие факторы и условия. К внутренним факторам относятся те, которые управляются предпринимателем и находятся под его контролем. Здесь следует выделить: материальные и финансовые, в том числе инвестиционные, собственные ресурсы, а также доступные привлекаемые и заемные средства; кадры работников, в том числе управленческий персонал; поставщики (их надежность по обеспеченности, срокам и условиям поставок и т.д.); распределительная и сервисная сеть; четкое определение долгосрочных и текущих целей и задач. Именно с этих позиций и в такой последовательности в главах данного раздела рассматриваются вопросы анализа хода и результатов деятельности предприятия, фирмы в рыночной экономике.

Глава 16

Сущность и методы экономического анализа на микроуровне

1. *Сущность анализа экономики на микроуровне*
2. *Задачи и методы экономического анализа деятельности фирмы*
3. *Некоторые особенности анализа на уровне предприятия в период перехода к рыночным отношениям*

Сущность анализа экономики на микроуровне

Он заключается в изучении поведения отдельных экономических единиц, их взаимодействия на рынках, в результате которого формируются цены на производимые товары и услуги, а также факторы производства.

Основная цель субъектов хозяйствования — совершать экономический выбор. Отдельно взятые предприниматели и предприятия осуществляют в условиях рынка четыре фундаментальных экономических выбора:

— что и в каком количестве следует производить;
— как следует производить;
— кто должен выполнять определенную работу, используя преимущества общественного разделения труда;
— для кого должны быть предназначены результаты производства.

Без экономического анализа на микроуровне невозможно правильно сделать выбор.

Задачи и методы экономического анализа деятельности фирмы

Содержание и значение экономического анализа на микроуровне определяют и стоящие перед ним задачи. К числу важнейших из них следует отнести:

1) повышение обоснованности бизнес-планов, индикаторов и нормативов деятельности;

2) объективное и всестороннее изучение хода выполнения бизнес-планов и соблюдения нормативов;
3) определение экономической эффективности использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов;
4) контроль за осуществлением требований коммерческого расчета;
5) выявление и измерение внутренних резервов на всех стадиях хозяйственной деятельности;
6) проверка оптимальности управленческих решений.

Первая задача: повышение обоснованности бизнес-планов, индикаторов и нормативов деятельности достигается прежде всего с помощью ее обстоятельного ретроспективного анализа. Построение временных рядов на значительный период позволяет установить определенные экономические закономерности в хозяйственном развитии. Далее выявляются основные факторы, которые оказывали в прошлом и могут оказывать в будущем существенное влияние на хозяйственную деятельность предпринимателя, данного предприятия (ассоциаций, товариществ, концернов, промышленно-торговых фирм и др.). Особое внимание должно быть обращено на изучение и оценку хозяйственной деятельности за текущий период и за период, предшествующий предплановому. Выводы ретроспективного анализа совмещаются с текущими наблюдениями и в обобщенном виде используются в бизнес-плановых расчетах.

Ретроспективный и текущий анализ завершается перспективным анализ-прогнозом, который дает прямой выход на планово-предположительные показатели.

Во всех случаях используются методы сравнительного анализа конечных хозяйственных, производственно-финансовых результатов, показателей эффективности деятельности передовых предприятий и организаций (отечественных и зарубежных). Таким образом, бизнес-планы обстоятельно обосновываются необходимыми экономическими расчетами.

Переход от административно-командной системы к рыночным принципам хозяйствования в России обусловил перемещение плановых разработок с макро- на микроуровень.

Вторая задача: последовательное и всестороннее изучение по данным учета и отчетности выполнения бизнес-планов фирмы и соблюдения проектировок и нормативов по количеству, структуре и качеству выпущенной продукции, выполненных работ и услуг.

На промышленных предприятиях, например, в процессе анализа тщательно исследуется выполнение производственной программы по количеству и ассортименту важнейших изделий, сортности, комплектности и качеству продукции, ритмичности производства, реализации продукции, выполнению договоров поставки; на транспорте — по грузообороту, исполнению договоров перевозки с клиентами; в организациях связи — по числу оказанных услуг, качеству связи и срокам доставки и т.д. Предприятия и фирмы коммерческой сферы особое внимание должны уделять объемам продаж, их ассортиментной структуре, соотношению элементов товарного баланса, качеству торгового обслуживания покупателей.

Третья задача: определение экономической эффективности использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов. На промышленных предприятиях, например, в этом плане отдельно исследуется эффективность использо-

вания: средств и предметов труда (зданий и сооружений, технологического оборудования, инструментов, сырья и материалов); рабочей силы (по численности и профессиональному составу работников, основному, вспомогательному, обслуживающему и управленческому персоналу, производительности труда и т.д.); финансовых ресурсов, взятых в их совокупности (т.е. собственных и заемных, основных и оборотных).

В сельском хозяйстве и в некоторых отраслях промышленности (лесной, горнодобывающей и др.) анализ использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов непосредственно увязывается с анализом использования природных богатств, со строгим соблюдением определенных экологических требований.

Четвертая задача: контроль за осуществлением и оценка соблюдения правил коммерческого расчета, конечных финансовых результатов.

При оценке финансовых результатов деятельности предприятия используются количественные и качественные показатели (в их необходимой увязке). Так, например, размер прибыли промышленного предприятия определяется не только количеством и ассортиментом выпускаемых изделий, но и их себестоимостью. Прибыль торгового предприятия зависит как от выполнения плана товарооборота (по объему и структуре), так и от фактически сложившегося уровня издержек обращения.

Обоснованная и полная оценка осуществления требований коммерческого расчета, достигнутых финансовых результатов требует подразделения факторов, повлиявших на исследуемые показатели, на зависящие и не зависящие от предприятий. Устранение влияния сторонних факторов (путем соответствующих расчетов) позволяет более правильно проанализировать результаты усилий коллектива того или иного предприятия или частного собственника. Подразделение факторов на зависящие и не зависящие от предприятий особенно необходимо в условиях рыночных отношений.

При анализе деятельности внутренних подразделений фирмы задачи и объем аналитических разработок несколько сужаются. В частности, сокращаются позиции, связанные с заключением договоров поставки, с банковскими и бюджетными расчетами, ограничиваются возможности анализа финансовых результатов.

Пятая задача: выявление и измерение внутренних резервов на всех стадиях хозяйственного процесса.

В процессе анализа выявление резервов осуществляется с помощью сравнительного изучения выполнения плановых наметок внутренними подразделениями предприятия, однородными предприятиями, а также изучения и наиболее полного использования отечественного и зарубежного передового опыта. Критическая оценка самих плановых разработок также может указать на возможности их перевыполнения. Такой анализ должен производиться систематически.

Важной задачей анализа является оценка обоснованности управленческих решений. Принять правильное управленческое решение, выявить его рациональность и эффективность можно лишь на основе предварительного экономического анализа.

Задачи экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий, конечно, не исчерпываются этим перечнем. Многогранность и многовариантность хозяйственных ситуаций, особенно в условиях рыночных отношений, ставят перед ним большое число задач автономного характера.

Для решения задач экономического анализа на микроуровне используются разнообразные методы.

Здесь прежде всего следует выделить использование определенной системы показателей при изучении хозяйственных явлений и процессов. Эта система обычно формируется на стадии планирования и предполагает разработку и привлечение необходимой экономической информации, что не исключает возможности и целесообразности применения в ходе самого анализа новых показателей.

Экономический анализ предусматривает изучение причин, вызвавших изменение тех или иных показателей хозяйственной деятельности предприятия. Задача состоит в том, чтобы установить наиболее существенные причины, ощутимо повлиявшие на тот или иной показатель. Поэтому важным предварительным условием достоверности и действенности анализа является экономически обоснованная классификация причин, влияющих на хозяйственную деятельность и ее результаты.

Особая составляющая экономического анализа — выявление и измерение взаимосвязи и взаимозависимости между отдельными показателями хозяйственной деятельности. К примеру, объем выпуска промышленной продукции зависит от трех групп факторов, связанных с использованием рабочей силы, средств труда, предметов труда. Каждая группа подразделяется на составные элементы. *Так, факторы, связанные с использованием рабочей силы, подразделяются на количественные и качественные.* К *количественным* относится численность рабочих, к *качественным* — производительность их труда (выработка на одного рабочего). Средняя выработка на одного рабочего в год зависит, в свою очередь, от среднего числа дней, отработанных одним рабочим в год, средней выработки на один отработанный человеко-час. Каждый из перечисленных показателей также зависит от целого ряда причин. Среднее число дней, отработанных одним рабочим в год, зависит, например, от предоставления дополнительных отпусков, неявок по болезни, командировок, целодневных простоев по вине предприятия, прогулов и т.д. Получается, следовательно, определенная цепь зависимости одного показателя от другого, где каждый фактор имеет свое значение. Исключение того или иного фактора из орбиты внимания экономиста, а иногда нарушение последовательности рассмотрения факторов делают анализ экономически несостоятельным.

Даже на этом примере видно, что хозяйственные показатели нельзя рассматривать изолированно; все они связаны между собой, что не исключает возможности и необходимости их логического обособления в ходе анализа и при экономических расчетах. Весьма распространенным методическим приемом является определение степени влияния данного фактора при прочих равных условиях, то есть когда от остальных факторов аналитик отвлекается.

Некоторые особенности анализа на уровне предприятия в период перехода к рыночным отношениям

Особенности анализа хозяйственной деятельности на уровне предприятия в условиях рыночных отношений существенно связаны с определенным изменением его задач и функций, что предполагает и корректировку методов. С новой

ориентацией производства, значительным расширением коммерческой, посреднической и других видов деятельности в соответствии с требованиями как внутреннего, так и внешнего рынка возникают совершенно новые, не традиционные для прежней хозяйственной практики задачи, реализуемые в рамках маркетинговой деятельности предприятия. Существенно раздвигаются рамки анализа, выделяются основные блоки предпринимательской деятельности. Становятся необходимыми изучение среды, в которой функционирует предприятие, анализ рынков, поставщиков сырья и потребителей, конкурентоспособности продукции, предоставляемых услуг, спроса и сбыта, формирования ценовой политики и т.д. Возникает потребность в сопоставлении затрат на содержание маркетинговой службы и оценке результатов ее функционирования на формирование прибыли. Материалы такого изучения представляют собой часть аналитических разработок, осуществляемых в рамках исследования и оценки всей хозяйственной деятельности предприятия.

Существенное расширение состава субъектов анализа связано также с формированием рынка услуг и появлением целого ряда нетрадиционных для нашей экономики финансово-кредитных институтов (инжиниринговых, консалтинговых, лизинговых, факторинговых и др.). Известно, что услуги, обладая основными признаками товара, имеют общественную потребительную стоимость и потребляются посредством обмена. Таким образом, объектами анализа могут служить все этапы жизненного цикла сферы услуг, а при предоставлении отдельных из них, например консалтинговых, — основным средством их создания.

В рыночной экономике большое значение приобретает оперативный и ситуационный коммерческий анализ. Особенность ситуационного анализа — его комплексность, позволяющая по состоянию на определенную дату оценить характер изменений на рынке, позитивные и негативные результаты финансовой деятельности и отдельных ее сфер и направлений, своевременно сформировать рекомендации и выводы для разработки тактики маркетинга и текущих планов предприятия.

Ситуационный анализ коммерческой деятельности основан на компьютерной технологии обработки оперативных информационных массивов. Режим предоставления результатов ситуационного анализа — запросный. Он построен на основе ответов по заранее определенной аналитической программе, состоящей из отдельных блоков, характеризующих состояние рынков, экспортно-импортных операций, состав покупателей и конкурентов, состояние внутренней и внешней среды, цен и ценовой политики, товародвижения и сбыта, спроса и сервисных услуг. Это позволяет оперативно управлять маркетинговой деятельностью предприятий.

Результаты оперативного анализа используются также на уровне отдельных функциональных служб предприятия. Такая информация не содержит всего комплекса аналитических показателей и в этом смысле является строго ориентированной и фрагментарной. В то же время эти информационные массивы могут быть более детализированными и потому не дублировать ситуационный анализ коммерческой деятельности.

Ясно, что проведение ситуационного и оперативного анализа коммерческой деятельности предъявляет повышенные требования к информационному обеспечению, состав которого в существенной мере изменяется. Эти изменения касаются как макро-, так и микроуровня, что отмечалось в разделах I и II.

Развитие информационной базы анализа на микроуровне будет, на наш взгляд, иметь обратную тенденцию. Его состав в существенной мере расширится. Если раньше он на 80% определялся действующей системой бухгалтерского учета и отчетности, то теперь это соотношение изменится за счет увеличения удельного веса внеучетных источников информации, характеризующих состояние внешней среды: рынков товаров и услуг, их конкурентоспособности, процентных ставок и котировки валют, устанавливаемых государственными, коммерческими банками, рынка услуг и рабочей силы и др. Создание комплексных автоматизированных систем коммерческой информации — задача весьма сложная, но, как показала международная практика, вполне осуществимая.

Важный предмет анализа — ценообразование и определение ценовой политики. Кроме калькуляции себестоимости товаров и услуг и включаемой в цены прибыли ценовая политика определяется на основе анализа коммерческой деятельности, что в конечном счете определяет уровень рыночных цен, использование системы коммерческих поправок к ним с учетом рыночной ситуации, конкретных условий сделки, партнера. Существенное влияние при этом могут оказывать финансовое положение и платежеспособность предприятия, состояние «портфеля заказов» и другие факторы.

В рыночной экономике анализ коммерческой деятельности становится важной функцией менеджмента. Умело организовать аналитическую работу на предприятии — значит обеспечить синтез аналитической информации как отдельных функциональных служб, так и служб менеджмента. Поэтому не случайно организационная структура иностранных фирм предусматривает обособление аналитических служб (центральное аналитическое бюро), результатов всех практикуемых видов анализа (ретроспективного, оперативного, ситуационного и перспективного).

Особой задачей экономического анализа на микроуровне в современных условиях является исследование коммерческого риска.

Коммерческий риск в условиях рыночной экономики — категория объективная, доставляющая массу хлопот предпринимателям, ведущим финансово-хозяйственную деятельность при любой форме собственности. Преодолеть возникающие трудности с наименьшим риском можно при двух непременных условиях:

— во-первых, организации тщательного анализа затрат, регулярного учета, контроля и анализа себестоимости в процессе производства и реализации продукции (промышленного и потребительского назначения). Здесь первостепенная роль принадлежит калькуляции производственных и коммерческих издержек. Действующая пока в России практика коммерческого ценообразования, как правило, не опирается на точные и достоверные калькуляционные расчеты. Ценовой беспредел, свободная «накрутка» цен во многом порождаются крайним ослаблением, а порой и полным отсутствием анализа и контроля за ценообразованием. Во многих случаях внедряются фиктивные методы и формы контроля, когда, скажем, лимитируются отпускные цены предприятий и не отслеживаются розничные, потребительские цены на соответствующую продукцию;
— во-вторых, кардинальной перестройки анализа потребительского спроса и условий доведения товаров и услуг до потребителей. Международный подход, мировой стандарт, выраженный в мудрой формуле «Von der Hand im

dem Mund» («Из рук — в рот»), предполагающий сведéние числа корыстных посредников к минимуму, в России пока очень часто нарушается.

Содержательный и хронологический аспекты процесса управления предпринимательской деятельностью позволяют выделить его основные этапы — предварительный, оперативный и заключительный — и тем самым классифицировать виды анализа коммерческой деятельности в соответствии с этими признаками.

Одним из важнейших условий организации оперативного анализа (как ретроспективного, так и прогнозного) является прочная, унифицированная информационная база.

Резюме

Основная цель экономического анализа на уровне предприятий состоит в обеспечении всем хозяйственным субъектам возможности выбора предпочтительных и эффективных вариантов хозяйственной деятельности, систематической оценки ее результатов.

Задачи экономического анализа на микроуровне существенно меняются в условиях перехода к рыночной экономике. Расширяется сфера анализа, дифференцируются его методы и инструменты. Глубина анализа, обоснованность сделок, выводов и рекомендаций связаны с используемой системой показателей, учетом их взаимосвязи.

Новым важным моментом анализа является оценка возникающих рисков и определение на этой основе мер по их ограничению.

Вопросы для самопроверки

1. *Какие четыре фундаментальных экономических выбора осуществляют предприятия, фирмы?*
2. *Перечислите основные задачи экономического анализа на микроуровне.*
3. *Каковы основные методы экономического анализа на микроуровне?*
4. *В чем сущность анализа экономических рисков на уровне фирмы?*

Основные понятия

Микроэкономический анализ — область экономической науки, связанная с изучением хода и результатов относительно маломасштабных экономических процессов, хозяйственной деятельности субъектов, явлений в основном на уровне предприятий, фирм, предпринимателей.

Методы экономического анализа деятельности предприятия — совокупность подходов, способов, инструментов и показателей, применяемых для изучения и оценки предпринимательства на уровне отдельных фирм, компаний.

Литература

1. **Хайман Д.Н.** Современная микроэкономика: анализ и применение. — М., 1992.
2. **Харвей Д.** Постигаем экономику. — М., 1997.
3. **Основы экономической теории и практики** / Под ред. М. Загорулько. — Волгоград, 1994.
4. **Экономика предприятия**. Учебник для вузов. — М., 1996.
5. **Берзин И.Э.** Экономика фирмы. — М., 1997.
6. **Максимова В.Ф.** Микроэкономика. Учебник. Изд. 3-е. — М., 1996.

Глава 17

Основные факторы, критерии и показатели деятельности предприятия. Система их аналитической оценки

1. *Капитал предприятия, его кругооборот и оборот. Состав, стадии и показатели функционирования*
2. *Оценка возможных затрат на производство и реализацию, себестоимость продукции*
3. *Прибыль. Показатели эффективности деятельности предприятия*

Капитал предприятия, его кругооборот и оборот. Состав, стадии и показатели функционирования

Непрерывно повторяющийся процесс соединения факторов производства в хозяйственной деятельности по созданию продукции, получению дохода в рамках относительно обособленных звеньев (субъектов) экономики характеризует процесс индивидуального воспроизводства.

Исходным составным моментом воспроизводства является кругооборот капитала — движение стоимости факторов производства через сферы обращения и производства с последовательной сменой трех форм: денежной, производительной и товарной. В то же время на каждом предприятии капитал одновременно находится во всех этих формах (денежные ресурсы; сырье, оборудование; готовая продукция).

Стадии кругооборота капитала можно представить следующей известной формулой:

$$\frac{Д - Т}{1} \begin{matrix} \nearrow РС \\ \searrow СП \end{matrix} \ldots \frac{П}{2} \ldots \frac{Т' - Д'}{3},$$

где *Д* — первоначально авансированный капитал; *Т* — товар; *П* — производство; *РС* — рабочая сила; *СП* — средства производства; *Т'* — производственный продукт; *Д'* — возросший первоначально авансированный капитал; *1, 2, 3* — отдельные стадии кругооборота (*1* — формирование условий производства, *2* — соединение факторов создания товаров и услуг, *3* — реализация товаров и услуг и получение прибыли).

При оценке процесса кругооборота капитала применяется понятие «оборот капитала». Оборот капитала — это последовательное прохождение капитала через три стадии его кругооборота, рассматриваемое как непрерывно возобновляемый процесс.

Время оборота — это период, в течение которого ресурсы, пройдя через сферу обращения, производства и вновь обращения, возвращаются к исходной (денежной) форме. Время оборота, в свою очередь, распадается на время производства и время обращения.

Для количественной характеристики оборота капитала используется показатель «скорость оборота». Скорость оборота измеряется числом оборотов ресурсов, совершаемых в течение года. Число оборотов определяется по формуле:

$$N = O / t,$$

где *N* — число оборотов в год; *O* — принятая единица времени (год — 12 месяцев); *t* — время оборота данных ресурсов.

Из формулы видно, что скорость оборота может определяться через время оборота (*t*).

Для наглядности схема индивидуального воспроизводства и его основных компонентов приводится ниже (см. рис. 1).

В составе капитала, используемого в той или иной деятельности, принято выделять производительный капитал. Производительный капитал — это выраженные в стоимостной форме факторы хозяйственной деятельности (производственной, коммерческой, по оказанию услуг), функционирующие в замкнутом воспроизводственном цикле (предприниматель, фирма, компания и т.д.).

Различные по натурально-вещественной форме элементы производительного капитала в соответствии со способом переноса их стоимости на создаваемую продукцию делятся на две части:

1. Основной капитал (здания, сооружения, оборудование) многократно используется в процессе производства, переносит стоимость по частям, постепенно в течение ряда производственных циклов.
2. Оборотный капитал (сырье, материалы, рабочая сила) переносит стоимость на продукцию полностью в течение одного производственного цикла.

Применение основного капитала в процессе производства связано с понятием амортизации.

Амортизация — процесс переноса стоимости основного капитала в течение срока его службы на создаваемые товары и услуги, что позволяет постепенно их накапливать в амортизационном фонде. Амортизационный фонд, таким обра-

Рис. 1

зом, становится источником средств для восстановления элементов основного капитала, выбывших из производственного процесса в силу физического и морального износа.

Физический износ означает потерю потребительной стоимости зданий, сооружений, машин, оборудования и др. в процессе их эксплуатации под воздействием природных и технических факторов (фактическое выбытие, разрушение, утрата качеств и т.п.).

Моральный износ выражается в потере стоимости основных фондов вследствие создания более производительных или аналогичных, но более дешевых средств труда в результате научно-технического и социально-экономического прогресса. В результате накопленные амортизационные суммы позволяют приобрести более современные оборудование, машины, устройства и т.д.

Зависимость между вводимыми в производственный процесс факторами и выходом продукции называется производственной функцией:

$$V = F\ (L,\ K),$$

где V — выход (объем) продукции; L, K — различное сочетание экстенсивных (L) и интенсивных (K) факторов производства.

Данное уравнение справедливо для применяемой в конкретный момент технологии. Усовершенствование технологии способствует увеличению объема производства при фиксированном наборе факторов.

Указанная формула зависимости может быть представлена при анализе с помощью построения кривых — изоквант.

Изокванта — кривая (геометрическое место точек), соответствующая всем вариантам производственных факторов, использование которых обеспечивает одинаковый объем выпуска продукции. График, или карта, изоквант представлены в нижеследующей схеме (см. рис. 2).

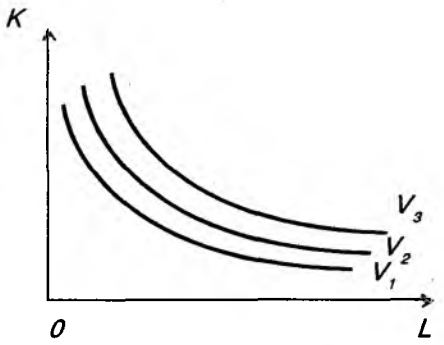


Рис. 2

Методы анализа деятельности предприятия зависят от периода, в течение которого рассматривается производственная функция. Различают краткосрочный период — отрезок времени, в течение которого производственные факторы остаются фиксированными, и долговременный период — отрезок времени, достаточный для внесения изменений в каждый из факторов производства.

Предприятие одновременно принимает краткосрочные производственные решения и планирует изменение факторов в долгосрочном периоде с целью максимизации прибыли. Для этого необходим выбор наиболее эффективного варианта организации процесса производства, позволяющего применять меньшее количество факторов при одном и том же уровне выпуска готовой продукции.

Вариантный подход предполагает рассмотрение следующих показателей деятельности предприятия в краткосрочном периоде:

— общий (*VT*), средний (*AP*) и предельный (*MP*) продукты;
— общие (*TC*), средние (*ATC*) и предельные (*MC*) издержки производства;
— совокупный, средний и предельный доходы;
— максимизация прибыли.

Для наглядности изложения предлагаем условный пример. Производство осуществляется с использованием фиксированного (капитал) и переменного (труд) факторов (см. табл. 1).

На рисунках 3 и 4 приведены кривые зависимости общего *VP*, среднего *AP* и предельного *MP* продуктов от фактора *L*.

Очертание кривой *VP* на рисунке 3 (вогнутость переходит в выпуклость) отражает действие закона убывающей отдачи: при увеличении переменного фактора наступает момент, когда величина предельного продукта уменьшается; максимальный угол наклона прямой в точке *б* означает max *AP*.

Рисунок 4 показывает, что:

— кривые *AP* и *MP* исходят из одной точки, так как при бесконечно малом приросте аргумента значения средней и предельной величины равны;
— сначала кривая *MP* растет быстрее кривой *AP* (например, чтобы возросла величина среднего продукта, очередной рабочий должен к общему продукту прибавить продукт, величина которого превышает размер среднего);

Таблица 1

Пример расчета объемов производства

Количество единиц фиксированного фактора производства (*K*)	Количество единиц переменного фактора производства (*L*)	Общий продукт, произведенный за определенное время (*VP*)	Предельный продукт ($MV = \Delta VT / \Delta L$)	Средний продукт ($AP = VT / L$)
10	0	0	15	—
10	1	15	25	15
10	2	40	23	20
10	3	63	13	21
10	4	76	9	19
10	5	85	5	17
10	6	90	1	15
10	7	91	—	13

— до тех пор пока кривая *MP* выше (ниже) кривой *AP*, величина среднего продукта будет расти (уменьшаться);
— величина общего продукта равна:

$$VP = П1 + П2 + ... + ПN,$$

где *П1, П2.., ПN* — продукты, произведенные 1-м, 2-м.., N-м рабочими; *N* — число рабочих.

Изложенный вариант предпроизводственного анализа исходит из метода, основанного на предельных величинах, согласно которым предельное использование всякого фактора производства связано с тенденцией убывающей отдачи от дальнейшего увеличения его использования. К примеру, безграничное увеличение объемов производства на предприятии в конечном счете приводит не к уменьшению, а к увеличению удельных издержек.

Начиная с определенного момента дополнительное включение единиц переменного ресурса при фиксированной величине другого ресурса дает уменьшающийся предельный продукт в расчете на каждую последующую единицу первого продукта. В этой связи возникает необходимость аналитической оценки издержек фирмы.

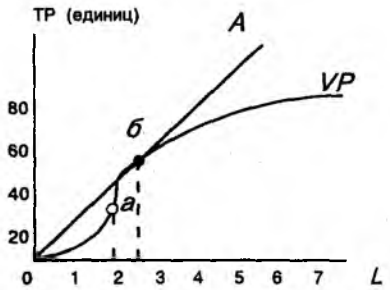


Рис. 3

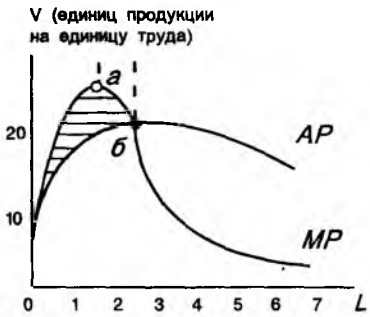


Рис. 4

Оценка возможных затрат на производство и реализацию, себестоимость продукции

Затраты предприятия на осуществление экономической деятельности можно рассматривать в двух аспектах: как издержки производства (затраты на приобретение факторов производства) и как вмененные издержки (затраты на использование факторов производства с учетом выгоды, «упущенной» из-за использования их не наилучшим образом). Чтобы определить издержки фирмы в краткосрочном периоде, продолжим рассмотрение примера. Исходное условие: предприятие не влияет на цену ресурсов. Зная цену ресурсов и величину общего, среднего и предельного продуктов для любой точки соответствующих кривых (т.е. для любого значения *L* и *VT*), можно вычислить значения общих, средних и предельных издержек.

Таблица 2

Пример расчета общих, средних и предельных издержек
(цифры условные)

Количество единиц труда (*L*)	Общий продукт (*VT*)	Общие издержки			Предельные издержки $MC = \Delta TC/\Delta VT$	Средние издержки		
		постоянные (*TCC*)	переменные (*TVC*)	общие (*TC*)		постоянные (*ACC*)	переменные (*AVC*)	общие (*ATC*)
0	0	1000	0	1000	16,7	—	—	—
1	15	1000	250	1250	10,0	66,7	16,7	83,3
2	40	1000	500	1500	10,8	25,0	12,5	37,5
3	63	1000	750	1750	19,2	15,9	11,9	27,8
4	76	1000	1000	2000	27,8	13,2	13,2	26,3
5	85	1000	1250	2250	50,0	11,8	14,7	26,5
6	90	1000	1500	2500	250,0	11,1	16,7	27,8
7	91	1000	1750	2750	—	11,0	19,2	30,2

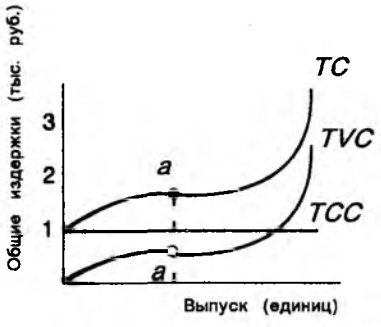


Рис. 5

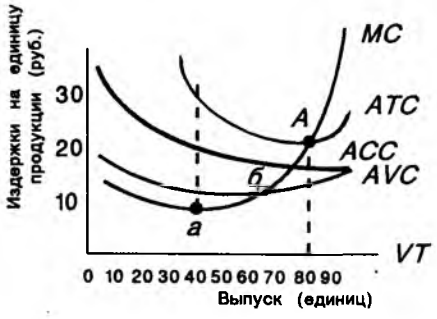


Рис. 6

Кривые зависимости общих, средних и предельных издержек от VT представлены на рисунках 5 и 6. Из них следует, что:

— в точке a, где кривая TC переходит из выпуклой формы в вогнутую, при условии прироста общего продукта увеличивается прирост общих издержек;
— кривая MC пересекает кривые ATC и AVC в точках их минимума;
— $AVC = TVC / VT$, где $TVC = L \times W$, где W — заработная плата;
— $VT = AP \times L \rightarrow AVC = (L \times W) / (AP \times L) = W / AP$.

Следовательно, AVC и AP обратно пропорциональны (так как W неизменна по условию); AVC минимальна в точке, где AP максимальна;

— $MC = W / MP \rightarrow MC$ минимальна в точке, где MP максимальна;
— ATC вогнута:
  а) при малых объемах производства AP растет, ATC падает;
  б) с некоторого момента AP падает столь быстро, что прирост AVC превосходит снижение ACC;
— в точке A, где ATC принимает минимальное значение, предприятие оптимизирует деятельность с точки зрения минимизации издержек.

Предварительная аналитическая оценка издержек фирмы — одна из необходимых задач предпроизводственного анализа. По существу, это предопределяет возможность достижения главной цели предпринимательской деятельности — получения прибыли в соответствующей рыночной ситуации.

Прибыль. Показатели эффективности деятельности предприятия

Прибыль — это доход за вычетом издержек. Чтобы определить объем производства фирмы, при котором максимизируется прибыль, надо проанализировать различные виды доходов:

— совокупный доход: $VI(B) = P \times Q$;
— предельный доход: $MI = \Delta I(Q) / \Delta Q$;
— средний доход: $AI = I(Q) / Q$,

где V — объем; I — доход; P — цена; Q — количество.

Если предельный доход увеличивается, то повышается и совокупный доход с ростом объема реализации продукции; если предельный доход уменьшается, то совокупный доход также падает.

Одной из важнейших задач предпринимателей является максимизация прибыли в краткосрочном периоде. Определить объем выпуска продукции, при которой максимизируется прибыль, можно тремя способами: численным, математическим и графическим.

Вариант численного способа рассмотрим на примере (см. табл. 3).

В таблице 3 содержится информация о доходах и издержках фирмы. Из данных таблицы видно, что при малых объемах выпуска продукции прибыль фирмы имеет отрицательную величину: доход недостаточен, чтобы возместить постоянные и переменные издержки. По мере увеличения объема производства убытки предприятия уменьшаются, прибыль становится положительной и растет, пока объем выпуска продукции не достигнет восьми единиц. После восьми единиц прибыль начинает сокращаться, отражая опережающий рост полных издержек производства. Прибыль максимизируется при условии, что предельный доход примерно равен предельным издержкам.

Таблица 3

Пример расчета вариантов максимизации прибыли
(цифры условные)

Объем *(V)* выпуска продукции, в шт.	Цена за единицу, в руб. *(P)*	Совокупный доход, в руб. *(VI)*	Полные издержки, в руб. *(TC)*	Прибыль, в руб. *(D)*	Предельные издержки, в руб. *(ATC)*	Предельный доход, в руб. *(AI)*
0	40	0	50	–50	—	—
1	40	40	100	–60	50	40
2	40	80	128	–48	28	40
3	40	120	148	–28	20	40
4	40	160	162	–2	14	40
5	40	200	180	20	18	40
6	40	240	200	40	20	40
7	40	280	222	58	22	40
8	40	320	260	60	38	40
9	40	360	305	55	45	40
10	40	400	360	40	55	40
11	40	440	425	15	65	40

Математический способ. Прибыль определяется по следующей формуле:

$$D(q) = I(q) - TC(q)$$

и максимизируется в точке, в которой малый рост объема производства оставляет прибыль постоянной [$\Delta D(q) / \Delta q = 0$]:

$$\Delta D(q) / \Delta q = \Delta I(q) / \Delta q - \Delta TC(q) / Dq = 0.$$

предельный доход — предельные издержки

Графический способ представлен на рисунках 7 и 8.

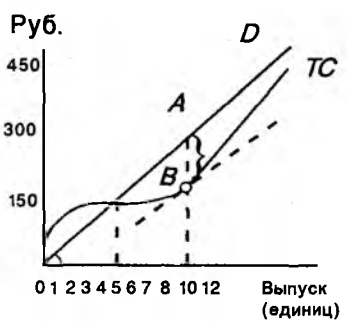


Рис. 7

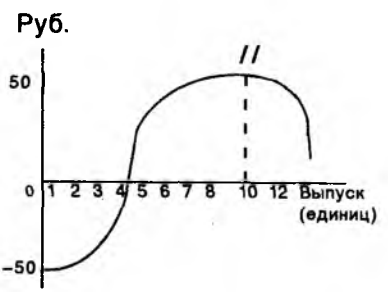


Рис. 8

Угловой коэффициент прямой *D* равен отношению изменения дохода к изменению выпуска продукции, то есть предельному доходу. Аналогично угло-

ной коэффициент линии *TC* равен отношению изменения издержек производства к изменению объема выпуска продукции, то есть предельным издержкам.

Прибыль максимальна, когда расстояние между кривыми *D* и *TC* (отрезок *AB*) наибольшее; в данных точках угловой коэффициент кривой дохода равен угловому коэффициенту кривой полных издержек. Таким образом, прибыль максимальна, когда предельный доход фирмы равен предельным издержкам производства.

Минимизация издержек в долгосрочном периоде — это основная задача предприятия, выполняемая посредством изменения всех вводимых факторов производства с учетом конъюнктуры рынка.

Допустим, что вводятся два фактора: капитал *K* и труд *L* (оба переменные, цены на ресурсы постоянные) для производства определенного объема продукции *q*.

Замена труда капиталом (и наоборот) будет осуществляться до тех пор, пока величина предельного продукта труда в расчете на единицу цены данного фактора не станет равной отношению предельного продукта капитала к цене единицы капитала:

$$MP(K) / P(K) = MP(L) \rightarrow MP(K) / MP(L) = P(K) / P(L).$$

В долгосрочном периоде при заданном объеме производства предприятие минимизирует издержки в случае достижения равновесия в применении вводимых факторов производства, когда любая замена одного фактора другим не приводит к уменьшению издержек на единицу продукции. Этим обусловлены действия предприятия при изменении относительных цен ресурсов.

Изменение объема производства предприятия в долгосрочном периоде наглядно отражено на рисунке 9 в виде кривой средних издержек.

В точках *A*, *B*, *C* ордината равна средним издержкам при оптимальном соотношении *K* и *L* в случае определенного объема производства. Линия, соединяющая эти точки, есть кривая средних издержек производства в долгосрочном периоде.

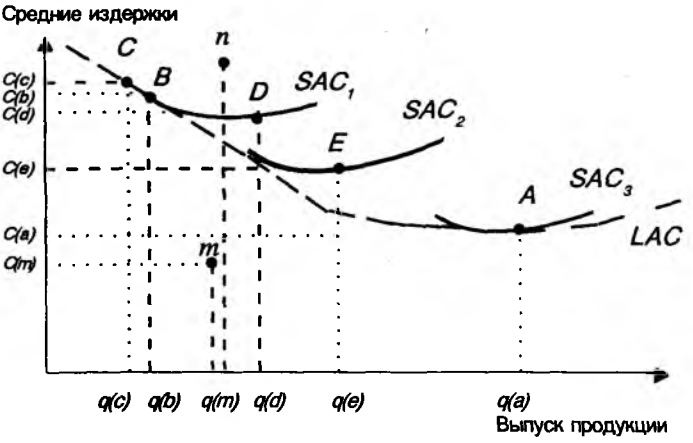


Рис. 9

Снижение кривой *LAC* в интервале от 0 до *q(a)* и ее дальнейшее повышение объясняются «эффектом экономии на масштабах»: сначала средние издержки уменьшаются за счет специализации производства, разделения труда, повышения производительности труда, но в какой-то момент расширение производства ведет к дополнительным расходам на управление и организацию производства.

В точке *m* объем производства *q (m)* недостижим при малых издержках. В точке *n* объем производства *q (n)* достижим при больших издержках.

Рассмотрим взаимосвязь кривых средних издержек в краткосрочном и долгосрочном периодах.

В точке *C* мы имеем минимум затрат *C(c)* при объеме производства *q(c)*. Для перемещения *C* в *B* необходимо увеличить величину капитала *K*. Следовательно, потребуется время, в течение которого предприятие сможет функционировать так же, как в краткосрочном периоде, и при тех же факторах увеличивать объем производства до величины *q(d)*, поддерживая эффективное производство. Если предприятие рискнет и повысит величину капитала, то сначала *q(d)* сократится до *q(b)*, а *C(d)* увеличится до *C(b)*, но затем, в следующем краткосрочном периоде, объем производства увеличится до *q(e)* и одновременно издержки снизятся до *C(e)*.

Величина упущенной выгоды (вмененных издержек) определяется следующим образом:

$$q(t) - q(d) \times [\ C(d) - C(t)\ ].$$

Точка *A* соответствует глобальному минимуму, то есть дальнейшее расширение производства уже не приведет к снижению издержек, а потому станет экономически целесообразным.

Результаты деятельности предприятия выражаются в показателе общей рентабельности (*Р общ.*), используемом как в предпроизводственных аналитических разработках, так и для оценки итогов.

$$P\ общ. = \frac{(Ц - C) \times V}{K\ ав.},$$

где *Ц* — цена продукции; *C* — себестоимость единицы продукции; *V* — объем выпуска продукции; *K ав.* — авансированный капитал.

Таблица 4

Некоторые показатели использования основных факторов деятельности предприятий

Фактор производства	Показатель эффективности использования фактора производства	Обратный показатель
Рабочая сила	Производительность труда: $ПТ = П / Т$, где *П* — объем производства; *Т* — затраты живого труда	Трудоемкость производства: $ТЕ = Т / П$
Средства производства	Фондоотдача: $ФО = П / Ф$, где *Ф* — среднегодовая стоимость основных фондов предприятия	Фондоемкость: $ФЕ = Ф / П$
Предметы труда	Материалоотдача: $МО = П / М$, где *М* — затраты топлива, сырья, энергии, материалов и других ресурсов	Материалоемкость: $МЕ = М / П$

Помимо этого показателя на практике, как правило, определяются и учитываются показатели использования отдельных факторов, основные из которых приведены ниже (см. табл. 4).

Резюме

Движение — кругооборот капитала в рамках предприятия — определяет основные условия деятельности последнего. Анализ кругооборота позволяет установить объемы, структуру капитала, показатели его оборачиваемости, степень износа, пути возмещения и накопления.

Использование разнообразных методов расчета затрат, общей рентабельности и эффективности деятельности фирмы, отдачи факторов производства направлено на выявление и оценку упущенных выгод и резервов дальнейшего развития предприятия.

В рамках экономического анализа деятельности предприятия может решаться задача минимизации издержек и максимизации прибыли в краткосрочном и долгосрочном периоде.

Вопросы для самопроверки

1. *Дайте определение индивидуального воспроизводства.*
2. *Что понимается под оборотом капитала и какие показатели характеризуют скорость оборота?*
3. *Определите общие и вмененные издержки фирмы.*
4. *Какими способами определяется объем выпуска продукции, обеспечивающий максимизацию прибыли?*

Основные понятия

Оборот капитала — последовательное прохождение капитала через три основные стадии кругооборота (вложение, производство, реализация продукции).

Максимизация текущей прибыли — стратегия фирмы, состоящая в выборе производимого и продаваемого товара, его объема, установления с учетом затрат цены предложения, что обеспечивает получение наибольшей текущей прибыли.

Издержки производства — полные (валовые) расходы предприятия, непосредственно связанные с производством (получением) про-

дукции и обусловленные им. Состоят из постоянных и переменных затрат.

Литература

1. **Коуз Р.** Фирма, рынок и право. — М., 1993.
2. **Долан Э., Линдсей Д.** Рынок, микроэкономическая модель. — СПб., 1992.
3. **Хайман Д.** Современная микроэкономика: анализ и применение. — М., 1992.
4. **Хоскинг А.** Курс предпринимательства. — М., 1993.
5. **Основы предпринимательского дела** / Под ред. Ю.М. Осипова. — Изд. 2-е. — М., 1996.
6. **Экономика предприятия**. Учебник для вузов. — М., 1996.
7. **Берзин И.Э.** Экономика фирмы. — М., 1997.

Глава 18

Бизнес-план и оценка результатов его реализации

1. *Бизнес-план фирмы. Содержание и роль в анализе результатов деятельности*
2. *Основные разделы бизнес-плана*
3. *Обобщающие показатели деятельности предприятия*

Бизнес-план фирмы. Содержание и роль в анализе результатов деятельности

Предприниматель, начинающий или давно занимающийся бизнесом, нуждается в достаточно четком определении масштабов и сферы своей деятельности, ее целей и возможных результатов. Бизнес-план, составляемый обычно на год или несколько лет в соответствии с продолжительностью проекта, — это компактный документ, содержащий взаимосвязанные разделы и перечисляющий конкретные мероприятия по достижению поставленных целей. Его составление определяется интересами самого предпринимателя и компаньонов, возможных инвесторов, позволяет ориентировать предприятие на определенную сферу бизнеса и на достижение необходимого результата деятельности.

Значение бизнес-плана состоит в том, что он:

— определяет финансово-экономические условия и результаты предпринимательства;
— содержит оценку жизнеспособности создаваемого или действующего предприятия в условиях рыночной конкуренции;
— дает необходимые ориентиры для практических действий на каждом этапе осуществления предпринимательской акции;
— является важным информационным инструментом для привлечения внешних инвесторов и получения банковских кредитов.

Составление бизнес-плана дает возможность оценить свои реальные силы, предусмотреть меры по преодолению трудностей и препятствий, ответить на наиболее существенные вопросы предстоящей работы предприятия, позволяет сопоставить различные варианты решения основных задач предпринимательского проекта. В нем не должны присутствовать какие-либо требования и установки, противоречащие условиям рынка, ставящие барьер между предприятием и потребителем.

По своему содержанию и характеру можно выделить два основных подхода к разработке бизнес-плана:

— во-первых, при создании нового предприятия (фирмы), когда речь идет о новом проекте, составление плана требует более глубоких разработок и оценок, решения ряда специфических вопросов;
— во-вторых, для функционирующего предприятия, когда план разрабатывается в связи с расширением или изменением сфер и направлений деятельности, освоением производства новых видов продукции и услуг, технологий и т.д.

Прежде чем приступить к разработке бизнес-плана, необходимо обстоятельно изучить законодательные нормы и требования, акцентируя внимание на регулировании тех вопросов, которые прямо связаны с предпринимательским проектом. Мероприятия бизнес-плана должны быть увязаны с основными законодательными положениями, регламентирующими отношения собственности, предпринимательскую деятельность, конкурентные отношения на рынке, ценообразование, налогообложение, акционирование и приватизацию, внешнеэкономическую деятельность, таможенные вопросы, финансовые требования и меры государственного регулирования хозяйственной жизни в стране.

Для разработки бизнес-плана необходимо собрать статистическую, экономическую и рыночную информацию о спросе на предлагаемые товары и услуги, уровне цен, условиях торговли, производственных и финансовых ресурсах для осуществления проекта. Указанная информация должна обязательно включать:

— данные о состоянии спроса, емкости рынка, фирмах-конкурентах, тенденциях изменения рыночной ситуации;
— сведения производственного характера, в том числе о производственно-технологическом процессе, обеспечении сырьем и материалами, сроках их поставки, условиях поставки и ценах, обеспечении технологическим оборудованием, производственными помещениями, трудовыми ресурсами и др.

Важным блоком предварительной проработки является финансовая информация, позволяющая оценить рентабельность проекта, требующийся объем затрат, ожидаемые доходы. Финансовая информация и расчеты должны дать ответ на вопросы формирования доходов и расходов в увязке с календарными периодами реализации проекта, движения наличных средств, кредитной задолженности, баланса активов и пассивов. Возможна предварительная аудиторская проработка этих вопросов.

Основные разделы бизнес-плана

Составление бизнес-плана предполагает определенную последовательность работы, которая определяется структурой плана. Примерная структура дана ниже:

— основные данные о предприятии (фирме) и его реквизиты;
— принципиальная характеристика направлений и сфер деятельности;
— основные положения предлагаемого проекта;
— аналитический обзор ситуации в отрасли;
— оценка состояния рынка соответствующих товаров и услуг;

— содержание предлагаемого предпринимательского проекта (данные о намечаемых к производству продукции и услугах);
— производственная программа;
— маркетинговая программа (цены, каналы сбыта, дистрибуция, коммуникации, сервис, реклама и т.д.);
— организационная структура предприятия (юридическая форма предприятия, сведения об участниках, форма управления, распределение ответственности и др.);
— оценка риска;
— финансовые показатели (план доходов и расходов, расчет поступлений платежей, баланс активов и пассивов, источники собственных и заемных средств и др.);
— документальные материалы, информация, приложения (например, контракты, лицензии, сертификаты, прейскуранты, конкурентная информация, расчеты цен и других данных).

Разработка бизнес-плана начинается с постановки системы целей на основе выбранной стратегии коммерческой активности фирмы, уточнение которых продолжается на протяжении всего процесса формирования плана.

В качестве примера общих целей фирмы можно привести следующие наиболее распространенные:
— предприятие выходит на рынок с широким ассортиментом продукции;
— предприятие ориентируется на продажу узкого ассортимента продукции;
— продукция должна быть только высокого качества;
— ориентация фирмы на дорогостоящую продукцию с использованием политики высоких цен и т.д.

Для предварительной подготовки материалов, закладываемых в бизнес-план, необходимо дать характеристику собственной дистрибьюторской системы, оценить возможности сбыта, провести оптимизацию логистических схем движения продукции от производителя к потребителю.

Следующий шаг в разработке плана — определение объектов планирования, таких как продукт и его сервис, сегмент рынка, место и способ продажи, финансовые показатели, организационная структура и стиль фирмы.

Организационная структура должна соответствовать целям и объектам планирования. Это означает, что содержание уставных документов фирмы необходимо привести в полное соответствие с предполагаемыми целями и задачами. Например, могут быть созданы новые подразделения, отделы, производства и т.д. для обеспечения выбранных направлений деятельности. Полезно, а иногда просто необходимо провести анкетирование основного персонала на его соответствие поставленным целям и выбранным объектам. При этом возникает вопрос распределения уровней прав и ответственности между подразделениями и отделами фирмы, которое должно быть подчинено общей концепции и стратегии фирмы. Следует также произвести оценку стиля управления фирмой с учетом аналитических данных о требованиях рынка, отношении общества к избранной сфере предпринимательства, степени конкурентной борьбы и поведении конкурентов, об отношении основных потребителей к имиджу фирмы и вашему персоналу, имеющему прямые контакты с клиентами.

Формулирование стратегических направлений деятельности фирмы предполагает максимально конкретное определение сферы предпринимательства и

характера бизнеса. Для этого нужно дать оценку положения отрасли, к которой относится ваша фирма; определить место отрасли в общехозяйственной конъюнктуре, перспективы и тенденции развития, в том числе научно-технические и технологические направления, способные повлиять на результативность коммерческой активности и усиление конкурентной борьбы или опережающие действия конкурентов по внедрению новой технологии и выходу на рынок с более совершенным видом продукции или с предложением услуг, которыми ваша фирма не обладает. Важным является также вопрос характера производства: однопродуктовое (например, производство обуви) или многопродуктовое производство (например, химическая продукция) либо вы хотите охватить полный комплекс — от производства компонентов до готовых изделий. Если сфера предпринимательства включает в себя не только производство, но и транспортировку, складирование, оптовую и розничную торговлю, то это должно быть учтено при формировании целей и объектов бизнес-плана.

Следующий блок вопросов, требующих предельно ясных ответов: кто ваши покупатели, потребители, клиенты, заказчики? Цели бизнеса должны быть направлены на решение проблем потребителей или, по крайней мере, соответствовать требованиям выбранного сегмента рынка. Можно также допустить, что предприниматель сам «создает» потребителя, выпуская на рынок новый продукт или услугу, с которой потенциальный потребитель еще незнаком, но характеристики нового продукта таковы, что этот продукт может решить объективно существующую проблему потребителя, возможно еще не осознанную им самим. Оценку потребителя или его запросов целесообразно сфокусировать на главных вопросах отношений продавца и покупателя: цена продукции или услуги, назначение, качество, надежность, доступность в эксплуатации, объем сервиса и гарантий. Правильно выбранные параметры коммерческого проекта или коммерческой идеи — это ключ к успеху в бизнесе. При этом главным параметром остается достоверность и надежность расчета реального объема сбыта. Если у заказчика есть желание приобрести тот или иной товар, это еще не означает, что оно будет выполнено. Многое зависит от других факторов, связанных с доходами, налогами, условиями платежа, изменением внешней среды и законодательства, нормативной базы и прочего. Поэтому определение физического объема сбыта — задача, с одной стороны, чрезвычайно сложная, а с другой — в высшей степени ответственная, так как от его величины зависит весь дальнейший ход расчетов бизнес-плана, содержание и характер принимаемых решений, корректировка целей и объектов коммерческой деятельности.

Выбор продукта ставит перед предпринимателем целый ряд вопросов, ответы на которые определяют количественные, качественные и финансовые показатели фирмы. Например, решение о создании собственного уникального продукта имеет неоспоримые преимущества, так как позволяет выйти на рынок с товаром-лидером или с уникальным товаром, который конкуренты не смогут воспроизвести в короткое время, что даст возможность фирме максимально использовать свое лидирующее положение для получения высокой прибыли и укрепления позиции на рынке. Однако при таком подходе требуются большие капиталовложения в основные фонды, инжиниринг, рекламу, в приобретение лицензий и ноу-хау, в развитие сервиса и другие затраты, связанные с инновационным проектом. Воспроизводство традиционного продукта не требует до-

полнительных затрат, но в этом случае необходимо принять решения по всему комплексу вопросов в отношении существующих и потенциальных конкурентов. Если конкуренты имеют преимущество, то следует проявлять осторожность в оценке шансов для выхода на рынок, обращая особое внимание на маркетинговые исследования конкурентной среды.

Успешная адаптация продукта к рынку зависит также от правильного выбора норм и стандартов производства в привязке к конкретному рынку, что должно быть безусловно отражено в бизнес-плане. Если фирма намерена работать, например, на европейском рынке, то, естественно, продукт должен быть произведен по европейским нормам и стандартам. Продукт, произведенный по российским стандартам и, тем более, по собственным нормативам предприятия, как правило, не соответствует требованиям европейского рынка и часто не может быть реализован в силу законодательных ограничений, установленных во многих странах в отношении отдельных технико-экономических параметров товаров.

Удовлетворение спроса имеет реальные границы, определяемые возможностями предприятия, прежде всего инновационными, финансовыми, производственными, маркетинговыми, ресурсными. Поэтому в бизнес-плане необходимо определить эти граничные условия. Кроме того, необходимо установление границ исходя из правовых норм и требований, экологических и санитарных норм, социально-экономических предписаний и потребностей персонала. В реализации намечаемых задач препятствием может стать недостаточная квалифицированность работников предприятия, и, следовательно, в бизнес-плане должны быть предусмотрены мероприятия и соответствующие затраты на переподготовку инженерно-технического и производственного персонала.

Особый вопрос — определение расчетной прибыли, закладываемой в качестве базы для других расчетов. Размер прибыли должен быть сообразен с затратами, налогами и другими выплатами. Если в результате аналитической и расчетной работы по всем параметрам бизнес-плана желаемая прибыль не будет получена, то надлежит пересмотреть исходные величины или установить новый размер расчетной прибыли.

Следующим этапом является выбор формы рыночной стратегии продукта — экстенсивной или интенсивной. Интенсивная стратегия предполагает выход на рынок с инновационным продуктом (услугой), то есть с продуктом более высокого уровня по сравнению с имеющимися на рынке. Экстенсивная стратегия — развитие, улучшение товара, активизация действий на рынке.

В зависимости от выбранной стратегии продукта формируется стратегия маркетинга. Эти стратегии тесно взаимосвязаны, так как основу любого предпринимательства составляют два главных компонента — инновация (путем создания нового продукта или использования новой технологии) и маркетинг. Поэтому для разработки стратегии маркетинга в бизнес-плане требуется в строгой последовательности рассмотреть ряд вопросов и принять по ним решения.

Прежде всего необходимо дать полную характеристику своим потребителям: крупный или мелкий покупатель, насколько он позиционирован во времени, выступает ли он как непосредственный потребитель или использует продукцию для производственных нужд, его географическое расположение, возможный спектр способов использования продукта, способ заключения сделки (разовые контракты, долгосрочный договор).

Далее следует решить вопрос о том, какова должна быть система продвижения продукта от продавца к покупателю: дистрибьюторская сеть, дилеры, посреднические фирмы, агенты, через оптовую или розничную торговлю. Каждой группе покупателей следует определить наиболее приемлемую для нее систему продвижения, сопровождая такое решение оптимизацией собственных затрат. Здесь потребуются знание логистики и умение решать логистические задачи.

При решении вопросов формирования спроса и стимулирования сбыта определяются мероприятия по выходу на рынок посредством рекламы, прямого маркетинга, продвижения продукции («сейлз промоушн») или общественных связей («паблик рилейшнз»), основные компоненты рекламной кампании, сообразность затрат с планируемыми доходами и прибылью.

Выбор стратегии цен и политики риска предполагает поиск наилучших вариантов сочетания или преимущественного использования ценовых решений: прейскурантные цены, скидки на количество, фирменные цены, эскалация цен, другие виды цен и скидок с учетом калькуляции цен, граничных условий по платежам, по стоимости рабочей силы, материалов и других затрат, что позволит сделать предпочтительный выбор позиции предприятия с точки зрения защиты от потерь в процессе реализации проекта.

Особая важность рассматриваемого раздела бизнес-плана требует соблюдения при его разработке следующих правил: стратегия должна быть увязана со всеми ключевыми решениями руководителей предприятия. С другой стороны, стратегия должна быть понятна исполнительным структурам предприятия. Из этого вытекает, что в разработке бизнес-плана целесообразно участие персонала, ответственного за его реализацию. При составлении данного раздела необходимо учитывать возможность непредвиденных или прогнозируемых обстоятельств, способных привести к значительным отклонениям в выполнении поставленных задач. В этих целях желательно предусмотреть альтернативные решения по типу «что, если...», которые помогут нейтрализовать неблагоприятные факторы воздействия внешней среды.

Программа реализации продукции и услуг, другими словами — план продаж, составляется после того, как заканчивается работа по постановке целей и выбору стратегии предприятия. План продаж выступает как связующее звено стратегии предприятия с другими функциональными планами в процессе формирования бизнес-плана, а в последующем становится основой для оценки годовых доходов, плана себестоимости, затрат, финансового плана.

В своей простейшей форме план продаж устанавливает количество и вид продаваемого продукта (услуги), его цену и сроки продажи. Рассматриваемый раздел бизнес-плана является ориентиром для планирования мероприятий по продаже, оперативному маркетингу, продвижению продукта к потребителю, организации работы на рынке, а также для анализа позиции предприятия на рынке с точки зрения конкурентоспособности и принятия решений по сбытовой программе, рекламе и другим действиям на рынке.

Основными источниками данных для формирования плана продаж служат анализ конъюнктуры рынка, исследование рыночных факторов, расчеты доли рынка, оценка возможных акций конкурентов, противодействующих реализации, расчетных объемов сбыта. По завершении разработки плана продаж можно приступить к следующим разделам бизнес-плана.

Раздел расчета расходов, общих и административных затрат основывается прежде всего на нормативах, установленных законодательными актами и нормативными инструкциями и положениями. Нужно иметь в виду, что документарная база может претерпевать значительные изменения по целому ряду параметров. Так, например, калькуляция затрат на сырье и материалы зависит от текущих рыночных цен, заработная плата может изменяться под воздействием общей экономической ситуации в стране, в связи с мерами государственного регулирования (например, установление минимальной оплаты труда) или по требованию профсоюзов. Такие затраты, как отчисления на страхование, в пенсионные фонды, налоговые платежи, выплаты процентов по кредитам, арендная плата, земельный налог и др., следует рассчитывать, исходя из текущих величин, но в долгосрочных бизнес-планах необходимо учитывать их прогнозируемое изменение или резервировать определенные средства для покрытия возможного роста общей суммы расходов. Основными исходными данными для расчета затрат являются предусматриваемые объемы выпуска продукции и услуг, а также потребности в материальных ресурсах на единицу продукции, которая определяется методом прямых расчетов, то есть путем умножения нормы расхода материалов на соответствующие объемные показатели. При этом учитывается величина нормативного производственного запаса материалов и размер запаса, переходящего из предыдущего планового периода.

План продаж и расчет суммарных затрат позволяют перейти к расчету финансовых показателей деятельности предприятия. Расчет прибылей и убытков состоит из определения стоимостного объема продаж с учетом всех видов скидок и накидок, валовой прибыли, прибыли до и после уплаты налогов, что в конечном счете позволит определить чистую прибыль.

Балансовый отчет — так называется следующий раздел бизнес-плана. В балансовом отчете приводятся данные и оценки по основным структурным частям активов и пассивов предприятия, позволяющие выйти на обязательные для акционерных обществ показатели акционерного капитала, движения капитала и текущей задолженности, чистого оборотного капитала, баланса краткосрочных и долгосрочных кредитов и векселей и выплат по ним. К балансовому отчету примыкает план операций по движению наличности, который часто разрабатывается в виде самостоятельной программы. С помощью этого раздела определяются текущие операции с ликвидными средствами (операции с фондами, изменение оборотного капитала, инвестиции в собственные основные производственные фонды и пр.) и операции с финансовыми средствами (продажа и покупка акций, маржа, дивиденды и др.), а также изменения в ликвидности.

Обобщающие показатели деятельности предприятия

По завершении разработки указанных планов нетрудно составить сводный план денежных поступлений и расходов по месяцам, кварталам и годам. На этом можно было бы и закончить работу по составлению бизнес-плана, но практика рекомендует выделить из всех предыдущих расчетов и оценок главные показатели производственной, коммерческой и финансовой деятельности предприятия и свести их в одну таблицу, которая, по сути дела, становится

сводным планом — программой достижения фирмой конкретных результатов. В эту программу рекомендуется включить такие показатели, как:
— объем продаж;
— валовая прибыль;
— чистая прибыль;
— оборотный капитал;
— дебиторские счета;
— оборачиваемость товарных запасов;
— задолженность;
— дивиденды;
— текущая стоимость фондов;
— текущая ликвидность.

Здесь приведены те показатели, которые позволяют, во-первых, оценить результаты разработки бизнес-плана в целом и, при необходимости, переработать его и, во-вторых, с успехом осуществить текущий контроль выполнения бизнес-плана и подведение итогов его реализации.

Резюме

Разработка бизнес-плана в условиях рыночной экономики — необходимый атрибут современного профессионального управления предприятием независимо от его размеров и сферы бизнеса. Бизнес-план концентрирует в себе все необходимые расчеты, оценки и анализы, тщательное проведение которых гарантирует успешное осуществление коммерческого проекта по продвижению продуктов и услуг на рынок, позволяет предпринимателю уверенно действовать в сложных рыночных условиях, отстаивать свои позиции в конкурентной борьбе, а также своевременно улавливать негативные тенденции, способные привести предприятие к потере рынка и ухудшению финансово-экономических показателей.

Бизнес-план является основой как для перспективного, так и для текущего планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия, отражает реальность достижения финансовых результатов, окупаемость и возвратность затраченных средств.

Основные понятия

Финансовый результат реализации бизнес-плана — получение определенных доходов от предпринимательства, погашение кредитной задолженности, увеличение активов предприятия, обеспечение платежеспособности, поддержание эффективной производственно-хозяйственной деятельности.

Емкость рынка — максимально возможный объем сбыта конкретной продукции, определяемый в физических и стоимостных единицах по объему проданных на данном рынке товаров и услуг в течение года.

Литература

1. **Краткий внешнеэкономический словарь-справочник** / Под ред. В.Е. Рыбалкина. — М., 1996.
2. **Соловьев В., Рыбалкин В.** Бизнес-план предприятия (фирмы). Основное содержание и рекомендации по разработке / Под ред. В.Е. Рыбалкина. — М., 1993.
3. **Хоскинг А.** Курс предпринимательства / Под ред. В.Е. Рыбалкина. — М., 1992.
4. **Yob D.** Developing a Business Plan. — Lexington, 1985.

Глава 19

Анализ ресурсного обеспечения фирмы

1. *Экономические ресурсы, их ограниченность, оптимальные подходы к использованию*
2. *Основные характеристики потребления ресурсов на уровне предприятия*
3. *Роль снабжения в развитии компаний*

Экономические ресурсы, их ограниченность, оптимальные подходы к использованию

Прежде всего необходимо дать определение тому, что называется экономическими ресурсами. Под экономическими ресурсами понимаются все виды природных, материальных, в том числе произведенных людьми в процессе их деятельности, благ, а также сами трудовые ресурсы, которые используются для производства товаров и услуг, в том числе в виде интеллектуальной собственности.

Известны различные подходы к их классификации, которые, впрочем, по своей сути совпадают. Наиболее обоснованной представляется многоплановая классификация, по которой ресурсы подразделяются на материальные (под данное определение подпадает большой круг объектов — земля, природные ресурсы, недвижимое имущество, машины и оборудование, средства транспорта и связи и др.) и людские. Далее, с учетом дополнительных признаков, ресурсы делятся еще на четыре вида — невозобновляемые, возобновляемые, фабрикаты и услуги. Сюда же следует отнести и интеллектуальные ресурсы.

Существует достаточное количество теоретических и практических разработок о ресурсах вообще, о развитии тех или иных видов ресурсов, например земли и недр, стратегии использования месторождений полезных ископаемых, богатств моря и т.д. Рассматривались и рассматриваются ресурсные проблемы, связанные с капиталом и трудом, предпринимательской деятельностью и интеллектуальной собственностью. Все это включается в понятие «ресурсы», но в нашем случае необходим не абстрактный, а конкретный подход, с позиции того, что следует учитывать на уровне фирмы, определяя свою позицию на рынке.

В своей экономической деятельности человек является прежде всего преобразователем первичных ресурсов, которыми располагает наша планета. Все ресурсы, и в особенности природные, ограниченны. При этом многие их виды невоспроизводимы. Пахотные земли, богатства флоры и фауны, основные фон-

ды предприятий (станки, оборудование и т.д.), рабочая сила (время) ограничены определенными пределами.

Любая хозяйственная деятельность, а тем более предпринимательство, в силу ограниченности ресурсов предполагает постоянную работу по оценке, сопоставлению, выбору наиболее приемлемых вариантов привлечения и использования ресурсов. Поиск альтернатив ведется на всех уровнях, и наилучшим из результатов является тот, при котором обеспечиваются устойчивость и надежность их получения при минимизации затрат на эти цели. Последнее особенно относится к расходам инвестиционного, единовременного, масштабного характера. Любая компания не только с позиций спроса, но и исходя из ресурсных возможностей решает, чему отдать предпочтение — производству телевизоров или дисплеев, строительству школ или коттеджей, поставкам на внутренний рынок отечественных товаров или ввозу их из-за рубежа. Для выбора предпочтительных вариантов ресурсообеспечения с учетом конечных результатов обычно применяется метод предельных величин, сравнение доходно-расходных показателей. Простейший пример — деятельность российских «челноков», успешно выбирающих варианты закупок и ввоза определенных видов товаров по импорту из некоторых стран с наименьшими затратами и возможностью продажи их на внутреннем рынке по выгодным ценам. Не случайно многие из таких товаров имеют весьма низкое качество. При ограниченном платежеспособном спросе населения и такие товары находят покупателей.

Основные характеристики потребления ресурсов на уровне предприятия

Компания, приобретающая ресурсы — товары или услуги, покупает их либо с целью использования в дальнейшем производственном процессе, либо для перепродажи другим потребителям. В связи с этим целесообразно более подробно остановиться на характеристике подходов ресурсопотребляющего предприятия, фирмы к процессу дальнейшего использования этих ресурсов.

Поведение предприятий — потребителей ресурсов зависит от соотношения критериев, предъявляемых к закупкам. В целом фирмы руководствуются следующим: доступностью ресурсов, надежностью поставщика, стабильностью качества, поставок и цен. При этом одним из важных правил является диверсификация источников, поставщиков.

Доступность означает, что компания сможет приобретать необходимые ресурсы в течение всего периода (года, квартала и т.д.) или в любой требуемый момент. В противном случае возникают трудности на дальнейших производственных ступенях.

Надежность поставщика означает четкое и своевременное выполнение обязательств, предполагает честность и достоверность в оформлении счетов и заказов, оперативное реагирование на специальные запросы об отдельных тонкостях данного бизнеса, солидную репутацию партнеров.

Стабильность качества касается стремления ресурсопотребителя иметь поставки неизменного качества, которое было оговорено при подписании генерального контракта в течение всего периода его действия. Это особенно важно для фирм, работающих с минеральным сырьем, поскольку потребителя угля,

например ТЭС, интересует уголь именно такой характеристики, которая соответствует спроектированному и установленному оборудованию.

Стабильность поставок включает в себя минимизацию или стабилизацию периода от размещения заказа до его получения, естественно на основе приобретенных ресурсов. Сюда же следует отнести ответственность продавца за поставки, соблюдение графиков поставок. Это совершенно естественно. Наиболее наглядный пример — это поставки руды на металлургические заводы. Задержки с поставками могут привести к остановке производства.

Ценовые соображения включают цену закупки, скидки, наличие кредита и срок платежа.

Следует отметить такой факт. Как правило, промышленные предприятия-ресурсопотребители весьма озабочены минимальными стандартами качества сырья, оборудования. Некоторые предпочитают иметь дело с разными поставщиками ресурсов для того, чтобы исключить зависимость от одного поставщика, стимулировать конкуренцию по ценам, улучшить условия обслуживания и т.д. Для государственных компаний большее значение приобретают вопросы качества закупаемого сырья, ресурсов, поскольку оплата поставок в нормальных условиях гарантируется государственным заказом, к тому же в большинстве случаев это предприятия специальных отраслей, например оборонные заводы. Жесткое соблюдение качественных характеристик здесь — первостепенное требование.

Некоммерческие организации — потребители ресурсов (а это немногочисленные организации) наибольшее внимание уделяют ценам, доступности, надежности и стабильности, возможностям закупок мелкими партиями.

С учетом сказанного следует рассмотреть некоторые инструменты, которые используют ресурсопотребляющие компании в процессе принятия решений.

Товарные спецификации. Фирмы и организации-потребители опираются на товарные спецификации при принятии решений о закупках, в том числе по стандартам, сортности и т.д.

Коллективная ответственность за приобретение. В компании в процессе принятии решения о закупках участвуют специальные подразделения. Окончательное решение принимают высшие менеджеры компании. Здесь важно отметить и следующее. При принятии решения учитываются факторы покупки, зависящие от товара, и факторы покупки, зависящие от компании. К первым относятся, например, предполагаемая степень риска, стандартность предлагаемого товара-ресурса и др. Ко вторым — ориентация на технологичность товара (например, насколько данную руду или пластмассу можно переработать в конечный продукт и т.д.).

Важное значение имеет степень удовлетворенности компании прошлыми закупками сырья, других ресурсов.

Стоимостный анализ. Компания в процессе принятия решения применяет стоимостный анализ для сравнения преимуществ различных материалов, видов сырья, компонентов. При этом необходимо рассматривать следующие вопросы: какова цена на данный вид ресурсов? Можно ли заменить данный вид ресурса на другой (стальные трубы на пластмассовые)? Приемлемы ли условия гарантии, предоставляемые поставщиком? Соответствуют ли параметры предлагаемого сырья, материала, оборудования той цене, которую надо платит? Каково соотношение цены и качества, цены и параметров? Какова динамика цен на

данный вид ресурсов? Кроме того, для каких-то специфических видов ресурсов потребуются и иные показатели для проведения стоимостного анализа.

Анализ поставщиков. Сюда следует отнести такие оценочные показатели:

— соблюдение сроков поставок;
— соблюдение качественных показателей (следует учитывать долю дефектной продукции);
— преимущества (недостатки) продукции, поставляемой данным контрагентом, по сравнению с продукцией, предлагаемой другими поставщиками-конкурентами;
— склонность поставщика к изменению условий поставок в зависимости от пожеланий ресурсопотребителя (например, поставки угля можно делать равномерно в течение всего года, но тогда летом у ТЭС будут переполнены хранилища и площадки, что является не лучшим вариантом);
— возможность организации конкурентных торгов между поставщиками ресурсов и то, как к этому могут отнестись ресурсопоставщики.

Общая подготовка потребителя. Мероприятия в данном аспекте деятельности компании подразумевают уровень профессиональной подготовки работников: обучение персонала, повышение его квалификации, обеспечение взаимодействия с другими снабженческими подразделениями.

Весьма важно и другое: компания должна иметь современную базу данных, источники информации о всех, не только о своих, поставщиках. Для этого необходимы участие или регулярное посещение выставок и торговых экспозиций, отслеживание информации по специализированным изданиям, участие в симпозиумах, обмен информацией и т.д.

Выше были приведены основные подходы при анализе обеспечения компании материальными ресурсами. Анализ будет неполным, если не упомянуть некоторые моменты, связанные с людскими ресурсами.

Приступая к рассмотрению проблемы обеспечения компании людскими ресурсами (а это бывает тогда, когда компания планирует расширить свой бизнес), необходимо проанализировать несколько показателей, которые обычно доступны.

Во-первых, следует изучить ситуацию с безработицей. Естественно, что в условиях высокой безработицы в данном регионе рабочая сила будет в достаточном количестве.

Во-вторых, необходимо изучить уровень технической, инженерной, специальной подготовки возможных кандидатов для работы в компании. Не секрет, что в сельскохозяйственных регионах приток в компанию, специализирующуюся на выпуске автомобилей, работников с аграрным уклоном, потребует дополнительных средств для обучения — бóльших, чем, например, для переквалификации «сокращенных» работников какого-либо оборонного завода.

В-третьих, следует провести мониторинг законодательных и подзаконных актов о возможности использования, например, иностранной компанией, в данном регионе местной рабочей силы: на каких условиях, какие зарплаты следует устанавливать и т.д.

Указанные выше положения не исчерпываются только этим. Время и конкретная ситуация вносят свои коррективы. В качестве примера можно привести положение в Киргизии. После развала СССР многие русскоязычные специалисты — рабочие, техники, инженеры — выехали в Россию, Украину. Такая

важнейшая для экономики страны отрасль, как золотодобыча, осталась, по существу, без квалифицированных людских ресурсов. Понятно, что решение вопросов обеспечения предприятий отрасли соответствующими трудовыми ресурсами не могло не учитывать специфику сложившейся ситуации и требует масштабных затрат.

Роль снабжения в развитии компаний

Вопросы взаимоотношений поставщик — потребитель с точки зрения работы снабженческих структур компании в специализированной литературе рассматривались недостаточно полно: в рыночной экономике внимание акцентировалось на проблемах сбыта, а в административно-командной — на бюрократических процедурах «пробивания» и оформления фондов и нарядов.

Во многих компаниях проблема снабжения традиционно рассматривается с точки зрения конкретной ситуации. В результате каждая закупочная ситуация представляется более или менее изолированной, для которой специалисты рекомендуют своей фирме (покупателю) находить конкретное оптимальное решение на основе выбора альтернативного соотношения между рядом необходимых требований: нужная цена, нужный временной период, нужные качество и количество. Однако здесь таится один существенный недостаток: не в полной мере учитываются возможности, предоставляемые долгосрочной кооперацией.

Если анализ закупок проводить с учетом ресурсных возможностей как поставщика, так и покупателя, то это приведет к серьезному повышению конкурентоспособности компании. Во-первых, при таком подходе ощутимо возрастает эффективность снабженческой деятельности, что достигается благодаря систематическому сравнительному анализу ее хода и результатов как в своей компании, так и в компании, являющейся поставщиком. Во-вторых, используя возможности поставщика, функция снабжения может обеспечить снижение общих издержек производства, хранения и др.

Техническое развитие во многих отраслях промышленности имеет очень высокие темпы и осуществляется узкоспециализированными компаниями. Это и результат использования комбинированных технологий. Деятельность компаний в таких условиях требует больших ресурсных затрат. Однако затраты своих ресурсов можно сократить путем различного рода коопераций с поставщиками. При этом компания получает возможность сконцентрировать свои ресурсы на ключевых направлениях.

В современных условиях для компании очень важно не упускать из виду те направления развития технологии, в которых у фирмы нет потребностей в настоящий момент, но которые могут понадобиться при разработке продукции в будущем. Развитие кооперации с поставщиками способствует решению этой проблемы. Кооперация с поставщиками помогает предприятию привлекать внешние ресурсы для проведения и собственных разработок, что при естественной ограниченности ресурсов отдельных компаний экономически оправданно и выгодно.

Степень кооперации с поставщиком, выбор партнеров, формы кооперации — вот три стратегических компонента, связываемых с функцией снабжения. Подход к каждому из компонентов определяется характеристикой внутренних ре-

сурсов фирмы и структурой ресурсов у поставщика. В задачу функции снабжения при таком подходе входит определение баланса между этими двумя видами ресурсов. Достигается это внутрифирменной адаптацией, выбором нужного окружения, нужных поставщиков и умением влиять на них.

Новые условия, характеризующие современный рынок промышленных товаров, существенно повышают роль отдела снабжения в фирме и ставят перед ним новые сложные задачи, прежде всего связанные с реализацией концепции управления совместными ресурсами. В специализированной литературе различают три группы факторов, которые определяют деятельность служб снабжения в компании.

К первой относятся факторы, связанные с внутренними ресурсами фирмы, — это прежде всего организационная структура, которая существенно влияет на возможности компании обеспечить оптимальный баланс между структурой внешних и внутренних ресурсов. Многое здесь зависит от иерархического положения отдела снабжения.

Необходимо стремиться к долгосрочным взаимоотношениям с поставщиками с учетом длительной перспективы, поскольку смена поставщика всегда сопряжена с большими трудностями. Задача отдела снабжения: влияние на поставщиков, стремление убедить их проводить свои технические разработки исходя из интересов своей компании. Это потребует от сотрудников большого умения и готовности найти рациональный баланс.

Ко второй группе факторов относятся те, что связаны с использованием внешних ресурсов. В данном контексте необходимо обеспечить баланс между внутренними и внешними ресурсами, направить деятельность так, чтобы предприятие, с одной стороны, могло максимально выгодно для себя использовать внешние ресурсы, а с другой — развивать собственные. Ведь компании надо сохранить контроль над процессом развития собственного производства. Отдел снабжения должен уметь отобрать приоритеты, так как обычно предприятие не может наладить кооперацию со всеми поставщиками.

Третья группа факторов относится к определению роли отдела снабжения в осуществлении функции снабжения. Функция снабжения и отдел снабжения — это не одно и то же. Функция снабжения может быть частично осуществлена и другими подразделениями фирмы, например теми, которые занимаются исследованиями и новыми разработками. Поэтому многое будет зависеть от роли этого отдела в принятии решений по закупкам, их осуществлении, интернационализации процесса взаимоотношений с поставщиком.

Предложенные факторы и критерии составляют методологическую основу анализа деятельности компании в плане обеспечения ресурсами. Безусловно, проблема требует дальнейшей разработки как в теоретическом, так и в практическом плане.

Резюме

Под понятием «экономические ресурсы» имеются в виду все природные, людские и произведенные человеком в процессе своей деятельности ресурсы, которые используются для производства товаров

и услуг. Ресурсы подразделяются на людские и материальные. Последние, в свою очередь, разделены еще на четыре вида — невозобновляемые, возобновляемые, фабрикаты и услуги.

Экономическая деятельность в силу ограниченности ресурсов представляет постоянную работу по оценке, сопоставлению, выбору наиболее приемлемого варианта деятельности. По сути, вся хозяйственная деятельность строится на сочетании предельных величин — минимизации и максимизации. Оценка эффективности основывается на сопоставлении затрат и результатов.

Поведение предприятий — потребителей ресурсов зависит от соотношения критериев, предъявляемых к закупкам. В целом компании руководствуются следующим: доступностью ресурсов, надежностью поставщика, стабильностью качества, поставок и цен.

Ресурсопотребляющие фирмы в процессе принятия решений используют определенные инструменты.

Во многих компаниях проблема снабжения традиционно рассматривается с точки зрения конкретной ситуации. В результате каждая конкретная закупочная ситуация представляется более или менее изолированной. Используя возможности поставщика, можно обеспечить снижение общих издержек производства, хранения и др. Развитие кооперации с поставщиками помогает компании привлекать внешние ресурсы для проведения и собственных разработок, что при естественной ограниченности ресурсов отдельных компаний экономически оправданно и выгодно. Степень кооперации с поставщиком, выбор партнеров, формы кооперации — вот три стратегических компонента, связываемых с функцией снабжения.

Вопросы для самопроверки

1. *Дайте определение понятию «экономические ресурсы».*
2. *В чем суть поиска оптимума при ограниченности ресурсов?*
3. *Какова роль людских ресурсов в процессе расширения деятельности фирмы?*
4. *Охарактеризуйте некоторые современные взгляды на роль и функции отдела снабжения компании.*

Основные понятия

Экономические ресурсы — это все природные, людские и произведенные человеком в процессе своей деятельности ресурсы, которые используются для производства товаров и услуг.

Доступность ресурсов означает, что компания может приобретать необходимые ресурсы в течение всего периода (года, квартала и т.д.) или в любой требуемый момент.

Надежность поставщика основывается на честности в сообщении счетов и заказов, реагировании на специальные запросы об отдельных тонкостях данного бизнеса, на хорошей репутации.

Стабильность качества касается стремления ресурсопотребителя иметь поставки неизменного качества, которое было обговорено при подписании генерального контракта в течение всего периода действия контракта.

Литература

1. **Axelsson B., Hakansson H.** The Development Role of Purchasing in an International Oriented Company. Research in Internationally Oriented Company. — 1986.
2. **Hirschey M., Pappas J.L.** Fundamentals of Managerial Economics. — Orlando (Florida), 1992.
3 **Проблемы теории и практики управления** (международный журнал). — 1997.

9 Заказ 1461

Глава 20

Рыночная среда и факторы деятельности фирмы. Направления анализа и критерии оценок

1. *Основные методологические подходы к анализу среды предпринимательской деятельности*
2. *Основные модели рынков. Анализ особенностей деятельности фирмы на рынках разного типа*

Основные методологические подходы к анализу среды предпринимательской деятельности

Как уже было показано в предыдущих главах, под рыночной средой понимается система свободного предпринимательства. Это сложный механизм координации, действующий через систему цен и рынков, механизм связи, служащий для объединения действий огромного числа субъектов рынка.

Каждая фирма, предприятие в рыночной системе руководствуются главным мотивом — получением прибыли и недопущением убытков. Компании производят те товары и предоставляют те услуги, которые могут принести прибыль, и, наоборот, не производят и не предоставляют то, что может принести убыток. Выбор предмета производства и предоставления компании делают именно с этой позиции. Если производитель увидит, что потребитель готов приобрести данный товар и сделать его будет «не накладно», то производитель его изготовит.

Однако в этом тоже проявляется суть рынка: предприятие не обладает свободой выбора товара для производства. Оно, конечно, свободно. Но! Производитель должен согласовать с потребителем свой выбор. В противном случае он будет наказан, понеся убытки или даже обанкротившись. Кстати, это относится и к производителям ресурсов. Бытовавшее, да и бытующее еще у некоторых мнение о том, что, обладая ресурсами, можно «спать спокойно», в условиях рынка подвергнуто весьма и весьма серьезным сомнениям. Ресурсы, как это уже было показано выше, поставляются в те отрасли и тем предприятиям, на продукцию которых есть спрос.

Однако и здесь все не так просто. Определение фирмой объемов производства, цен на выпускаемую продукцию, других важных для нее целей, показателей будет зависеть и меняться от характера отрасли, в рамках которой данная компания действует.

Вместе с тем, если более пристально рассмотреть отрасли экономики, довольно ясно видно, что весьма трудно найти отрасли, похожие друг на друга хотя бы по каким-то основным, главным характеристикам. Кроме того, известно, что бывают отрасли, где «работает» одна компания и где их огромное множество.

Наиболее распространенной методологией, способом рассмотрения анализа особенностей работы компании на рынке является исследование цен и объемов производства и продаж в условиях определенных типов рынков. Принято различать четыре отличающиеся друг от друга рыночные ситуации, или модели. Речь идет о таком делении: 1) совершенная (чистая) конкуренция; 2) чистая монополия; 3) монополистическая конкуренция; 4) олигополия.

Пожалуй, впервые российский читатель более или менее полно познакомился с таким подходом к моделированию рынка, прочитав двухтомный учебник К.Р. Макконнелла и С.Л. Брю «Экономикс». Известны подходы представителей других экономических школ. Так, немецкий экономист В. Ойкен, видный представитель неолиберального течения, например, вместо понятия «чистая конкуренция» оперирует понятием «частичная олигополия» (конечно, имеются и другие отличия). Для более «альтернативного» восприятия материала данной главы мы представим некоторые положения по В. Ойкену. А основные обсуждения и размышления представим, ориентируясь на первые четыре упомянутые модели.

Основные модели рынков. Анализ особенностей деятельности фирмы на рынках разного типа

1. Совершенная (чистая) конкуренция. Главной характеристикой рынка совершенной конкуренции является наличие большого числа фирм, работающих на данном рынке. При этом компании действуют независимо. Как правило, на таком рынке предлагается однородная продукция. В этом значительное отличие данного рынка от других. В принципе покупателю безразлично, у кого и где он покупает данный товар.

В связи с тем что поставщики поставляют на рынок однородную продукцию, существует острая конкуренция по качеству товара. В то же время для покупателя экономический выбор упрощается однородностью и качественной аналогичностью товара. В условиях совершенной конкуренции продавец не может контролировать цены на данном рынке: продавцов много и присутствие или отсутствие одного из них не изменит положение на рынке. Отдельный производитель-поставщик находится во власти рынка, соглашается с ценой, уже установившейся на данном рынке.

Продавец, поставщик-производитель, является ценополучателем, он приспосабливается к цене. Существует даже понятие «совершенно конкурентная фирма». Это фирма, которая не оказывает влияния на формирование рыночной цены. Компания, работающая на данном рынке, может свободно покинуть дан-

ный рынок, а потом вновь прийти на него. В литературе приводятся примеры подобного рода рынков: рынки сельскохозяйственных товаров, фондовая биржа, рынок иностранных валют, услуги парикмахерских, продажа пирожков, сигарет, газет и журналов у станций метро и др. Этот тип рынка — идеал, основные элементы которого характерны для рынка совершенной (т.е. близкой к чистой) конкуренции.

Для практического использования сведений о рынке совершенной конкуренции целесообразно обратить внимание на следующее.

Фирма будет получать максимум прибыли при относительно простой схеме работы: необходимо производить и поставлять на рынок такой объем продукции, при котором валовой доход превышает валовые издержки на наибольшую величину. При этом следует иметь в виду тот факт, что фирма станет работать на данном рынке только тогда, когда ее средние издержки будут ниже средней рыночной цены.

Ресурсы будут распределены в соответствии с потребительскими вкусами. Конкурентная система цен будет перераспределять ресурсы в ответ на изменения в потребительских вкусах и предпочтениях.

Если фирма, действующая на рынке совершенной конкуренции, сократит предложение своей продукции, то это не окажет никакого влияния на рынок. Золотое правило для оперирующей на данном рынке фирмы: следует выбирать такой объем выпуска продукции, при котором предельные издержки равны рыночной цене продукции. Если рыночная цена товара постоянна, то увеличение объема выпуска продукции повлияет на размер прибыли фирмы.

Рост экономической прибыли на конкурентном рынке способствует расширению производства, притоку в отрасль новых фирм, повышению цен на используемые ресурсы. Если государство установит на рынке цену, величина которой ниже равновесной цены, то благосостояние потребителей может снизиться, поскольку произойдут большие изменения: в плане конкуренции, необходимости корректировки «внутреннего» положения компании и т.д.

Теперь перейдем к характеристике следующей модели рынка.

2. *Чистая монополия.* Чистая монополия существует тогда, когда на рынке функционирует одна компания, являющаяся единственным производителем, продавцом товара, и аналогов данному товару нет. По существу, это отрасль, состоящая из одной фирмы. Для покупателя нет альтернативы покупке данного товара.

Чистый монополист диктует цену. Фирма сама контролирует цену на данный товар, так как она же контролирует и все предложения. Монополист может снижать или повышать цены в зависимости от спроса на продукт.

Рынки чистой монополии не такое уж и редкое явление. По некоторым оценкам, в мире примерно 5–6% объема экономической деятельности приходится на монопольные структуры. В качестве примера, который переходит из учебника в учебник, можно привести алмазный синдикат «Де Бирс». Что касается России, то и здесь есть свои монополисты — РАО «Газпром», МПС России, «Мосводоканал», «Жилкоммунхоз» и др.

Учитывая, что положение монополиста — уникальное, он «сам себе хозяин», постараемся ответить на вопрос: может ли попасть на данный рынок новая компания? Вступление новых компаний на данный рынок крайне затруднено по следующим причинам.

Во-первых, существует так называемый эффект масштаба. Дело в том, что новое производство может составить конкуренцию монополисту, если его издержки сравнимы (отсюда прибыль и т.д.). При современном уровне технологий малозатратное производство может быть реализовано при крупномасштабной деятельности. Правда, есть следующие нюансы. Если на монопольный рынок будут стремиться мелкие фирмы, то им надо будет получить экономию на издержках и затем прибыль, которая бы позволила им выжить и осуществить необходимый рост производства.

Крупной компании также сложно войти на этот рынок, ибо новому непроверенному предприятию будет трудно получить необходимые средства в банках для перестройки производства.

Во-вторых, есть такое понятие, как «естественная монополия». Существуют отрасли экономики, в которых конкуренция неосуществима или крайне затруднена. Пока трудно представить, чтобы в Москве возникли новые предприятия общественного транспорта — метро, троллейбусное хозяйство, новая компания по типу «Мосводоканал» и т.д. Кроме того, государство дотирует деятельность чистого естественного монополиста, например метро. При такой ситуации появление новой компании на рынке маловероятно.

В-третьих, существуют и легальные барьеры для новых компаний на монопольный рынок. Сюда относятся юридические препоны — патенты и лицензии, аккредитации и т.п.

В-четвертых, большую роль играют владение или контроль, осуществляемые монополистом над каким-либо видом сырья. Например, в России — это все, что касается добычи и производства никеля, алмазов.

В-пятых, специалисты называют и такое обстоятельство, как нечестная конкуренция. Вступление новых компаний попросту блокируется с использованием самого широкого набора средств.

Теперь попытаемся переложить наши теоретические рассуждения на практические рельсы.

В условиях монополии прибыль максимальна, если предельные издержки равны предельной выручке. В долгосрочном периоде равновесие на монопольном рынке означает, что товары продаются по ценам, равным средним издержкам (они не равны предельным издержкам, не равны предельной выручке и не превышают предельные издержки).

При одних и тех же издержках чистый монополист считает более выгодным для себя ограничить объем производства и назначить более высокую цену, чем это делает поставщик на рынке совершенной конкуренции. В отличие от конкурентной фирмы, монополист, если проанализировать кривую рыночного спроса, может выбрать комбинацию цены и объема выпуска, которая даст максимум прибыли.

Следует считать правильным утверждение, согласно которому монополия может увеличить общую прибыль, устанавливая на свою продукцию разные цены на различных рынках. Что же касается чистых потерь общества от естественных монополий, то они не исчезают, когда регулируемая цена при заданном уровне спроса устанавливается равной средним издержкам производства.

С другой стороны, неверно считать, что монополия получает сверхприбыль вследствие более высокой эффективности по сравнению с конкурентной отрас-

лью. Неверно и то, что если монополист не максимизирует прибыль на единицу продукции, то он не обеспечит равенства предельного дохода и предельных издержек.

Пока нет единства во взглядах на вопрос, насколько чистая монополия способствует научно-техническому прогрессу. Одни считают, что монополия способна мобилизовать свои огромные прибыли на развитие технологий. Другие думают, что отсутствие конкуренции ослабляет стимул к созданию новых техники и технологии.

3. Монополистическая конкуренция. Монополистическая конкуренция предполагает такую рыночную ситуацию, при которой на рынке присутствуют достаточно много поставщиков, продающих достаточно большое количество похожих, но не идентичных товаров, отличающихся друг от друга по ряду характеристик. Таким образом, от рынка совершенной конкуренции монополистическая конкуренция отличается все-таки меньшим количеством компаний и несколько разной продукцией.

Необходимо отметить, что по сравнению с рынком совершенной конкуренции и чистой монополией монополистическая конкуренция — одна из самых распространенных моделей рынка на сегодняшний день. Изучению и анализу данной модели уделяется большое внимание.

Исходя из определения, каждая фирма занимает свою нишу на рынке. Следовательно, фирма может иметь крайне ограниченный контроль над ценами. Вряд ли возможно возникновение нечестной конкуренции, так как сложно представить ситуацию сговора 50–80 фирм. Кроме того, вступление новых компаний в отрасль является относительно легким.

В условиях монопольной конкуренции экономическое соперничество основано не только на цене, но и на неценовой конкуренции. В связи с этим многие компании большое внимание уделяют рекламе, торговым знакам, сервису.

Имеется своя специфика в части цен. В данных условиях цена превышает предельные издержки, а это значит, что ресурсы для данного продукта распределены не полностью. Цена превышает минимальные средние валовые издержки, что означает, что потребители не получают товар по наименьшей цене. Из сказанного можно сделать ряд практических выводов по поведению фирмы на подобном рынке.

Фирма в условиях монополистической конкуренции в поисках максимальных прибылей фактически должна манипулировать тремя переменными: ценой, товаром, рекламой. В связи с этим фирма должна сама определять ситуацию и выбирать свой алгоритм поведения. Выбор нужной комбинации является достаточно сложным делом. Зачастую это решается эмпирическим путем. Даже с помощью компьютерных программ трудно найти наиболее подходящую комбинацию. Слишком много факторов воздействуют на ситуацию.

Есть основания полагать, что фирма на рынке монополистической конкуренции, работающая в течение длительного периода, может быть безубыточной, получать нормальную прибыль. Некоторые компании выпускают продукты, которые, будучи идентичными, все же не могут быть воспроизведены конкурентами (например, единственная бензозаправочная станция в центре города).

Этот тезис, в свою очередь, только подкрепляет другой, согласно которому в условиях монополистической конкуренции фирма не всегда получает положительную экономическую прибыль.

Нельзя считать безусловно верным положение, согласно которому на рынке совершенной конкуренции фирмы предлагают более разнообразные товары, чем при монополистической конкуренции. В существенной мере это определятся характером продукции, особенностями ее производства, потребления и сбыта.

4. Олигополия. Она предполагает относительно малое число фирм, поставляющих данную или взаимозаменяемую продукцию на соответствующий рынок. При этом «несколько фирм» — определение довольно расплывчатое, зависящее от ряда обстоятельств. Немногочисленность компаний объясняется использованием дорогостоящих технологий, наличием определенных барьеров, препятствующих проникновению конкурентов. Что касается характера предлагаемой продукции, то она может быть как идентичной, так и различной по своим характеристикам.

В условиях олигопольного рынка сильны тенденции к объединению, слиянию ранее конкурировавших фирм. В результате на рынке появляется крупный производитель-поставщик, что, в свою очередь, определенно даст свой положительный результат. Кроме того, в условиях олигополии все фирмы находятся в зависимости друг от друга в плане цен. Компания, работающая в условиях олигополии, никогда не пойдет на изменение цены, не просчитав должным образом ответные ходы конкурентов.

В условиях олигополии достаточно широко распространено такое явление, как тайный сговор. Возникают, а затем исчезают различные образования типа картелей. Рыночные доли в олигополистических отраслях и секторах экономики обычно определяются на базе неценовой конкуренции. Большое значение приобретает рекламная деятельность. С точки зрения деятельности предприятия в этих условиях представляется важным выделить следующее.

Картельное соглашение окажется нестабильным, если фирмы будут не в состоянии определить нарушителя. Стимулов нарушить картельное соглашение тем меньше, чем выше коэффициент дисконтирования. На практике картели и подобные им монополистические объединения трудно создавать и поддерживать длительное время.

В последние годы на внутренних рынках все более остро ощущается конкуренция со стороны иностранных компаний. Как правило, это вызвано и тем, что многие страны стали вводить в практику положения, достигнутые в ходе Уругвайского раунда. Кроме того, согласно положениям ВТО, страны стали постепенно отменять импортные квоты, снижать общий уровень таможенных пошлин, то есть убирать барьеры, ранее препятствовавшие проникновению и закреплению на внутренних рынках инофирм. Для смягчения иностранной конкуренции отечественные фирмы идут на сотрудничество, создают сеть совместных предприятий по сбыту, обслуживанию и т.д. И это происходит не только на российском рынке. Это общая тенденция в мире.

С учетом изложенного выше можно вернуться к упомянутым взглядам немецкого экономиста В. Ойкена на основные типы рынков, представленные ниже (см. табл. 1). По нашему мнению, данную таблицу вполне можно использовать в практических целях для оценки общей ситуации на соответствующих рынках и выработки линии поведения фирмы.

Таблица 1

Основные формы рынков по В. Ойкену

Формы спроса					
Формы предложения	**Конкуренция**	**Частичная олигополия**	**Олигополия**	**Частичная монополия**	**Монополия (индивидуальная или картельного типа)**
Формы рынка					
Конкуренция	Полная конкуренция	Частичная олигополия предложения	Олигополия предложения	Частичная монополия предложения	Монополия предложения
Частичная олигополия	Частичная олигополия спроса	Двусторонняя частичная олигополия	Частично олигополистическая, ограниченная олигополия предложения	Частично олигополистическая, ограниченная частичная монополия предложения	Частично олигополистическая, ограниченная монополия предложения
Олигополия	Олигополия спроса	Частично олигополистическая, ограниченная олигополия спроса	Двусторонняя олигополия	Олигополистическая, ограниченная частичная монополия предложения	Олигополистическая, ограниченная монополия предложения
Частичная монополия	Частичная монополия спроса	Частично олигополистическая, ограниченная частичная монополия спроса	Олигополистическая, ограниченная частичная монополия спроса	Двусторонняя частичная монополия	Частично монополистическая, ограниченная монополия предложения
Монополия (индивидуальная или коллективная)	Монополия спроса	Частично олигополистическая, ограниченная монополия спроса	Олигополистическая, ограниченная монополия спроса	Частично монополистическая, ограниченная монополия спроса	Двусторонняя монополия спроса

Резюме

Под рыночной средой понимается система свободного предпринимательства. Это сложный механизм координации, действующий через

систему цен и рынков, механизм связи, служащий для объединения действий огромного числа субъектов рынка.

Определение фирмой объемов производства, цен на выпускаемую продукцию, других важных для нее целей, показателей будет зависеть и меняться от характера отрасли, в рамках которой данная компания действует.

Наиболее распространенным направлением изучения и методом анализа особенностей работы компании на рынке является исследование цен и объемов производства в рамках конкретных рыночных моделей. Различают четыре основные рыночные ситуации, модели или типа рынков. Речь идет о таком делении:

1. Совершенная (чистая) конкуренция.
2. Чистая монополия.
3. Монополистическая конкуренция.
4. Олигополия.

Вопросы для самопроверки

1. *Что такое рыночная среда?*
2. *Назовите основные модели (типы) рынков.*
3. *Назовите основные отличия между олигополией и рынком монополистической конкуренции.*

Основные понятия

Совершенная (чистая) конкуренция характеризуется наличием большого числа продавцов и покупателей однородной продукции широкого спроса.

Чистая монополия существует тогда, когда на рынке функционирует одна компания, являющаяся единственным производителем товара, она же его поставляет на рынок и аналогов данного товара не существует.

Монополитистическая конкуренция предполагает такую рыночную ситуацию, при которой на рынке присутствует достаточно много поставщиков, продающих достаточно большое количество похожих, но не идентичных товаров, отличающихся друг от друга по ряду характеристик.

Олигополия предполагает относительно малое число продавцов. Что касается характера предлагаемой продукции, то она может быть как идентичной, так и различной по своим характеристикам.

Литература

1. **Макконнелл К.Р., Брю С.Л.** Экономикс. — В 2-х томах. — М., 1991.
2. **Правила рынка** / Под ред. В.Д. Щетинина — М., 1996.
3. **Hirschey M., Pappas J.L.** Fundamentals of Managerial Economics. — N. Y., 1992.

Глава 21

Анализ затрат и финансовых результатов

1. *Смета предприятия. Содержание, варианты и порядок разработки*
2. *План доходов и расходов. Калькуляция затрат. Денежные поступления и выплаты. Рентабельность, норма прибыли*
3. *Балансовый план. Источники и использование средств*

Смета предприятия. Содержание, варианты и порядок разработки

Смета фирмы — это основной финансовый документ, количественная ведомость, содержащая свод доходов и расходов на определенный и за определенный (фактические расходы) период. В ней отражаются денежные показатели хозяйственной деятельности на (за) указанный период. Финансовая смета предприятия имеет троякое назначение.

Во-первых, это план в стоимостном, количественном выражении по объемам используемых ресурсов, ориентированный на их сокращение.

Во-вторых, это действенный инструмент контроля за отдельными видами и направлениями деятельности, применения единых стандартов при оценке ее результатов.

В-третьих, это основной документ при анализе работы фирмы, определении ответственности отдельных подразделений и исполнителей, принятии стратегических и текущих решений. Смета обычно включает сведения о доходах, расходах и вложениях капитала. Общая смета фирмы, как правило, составляется на базе ряда функциональных детализированных смет (производственной, маркетинговой, административной, исследования продукции, инвестиционной, кассовой).

Три взаимосвязанные задачи решаются при разработке, составлении и анализе сметы: прогнозирование и планирование деятельности, включая политику фирмы и целевые установки; координация работы внутри предприятия; контроль за осуществлением, оценка исполнения и результатов. Смета — это не документ для анализа «пост фактум», а прежде всего рабочий инструмент оперативного управления, обеспечивающий планирование, координацию деятель-

ности и контроль. Основное содержание сметы составляют организационные и финансовые вопросы, что определяет и варианты ее разработки.

Существуют три способа подготовки смет:

— сверху вниз (в английской терминологии «break down»);
— снизу вверх («build up»);
— совмещенный.

При первом варианте смета разрабатывается руководством фирмы или уполномоченной им группой в соответствии с планом деятельности, принятым руководством.

При втором варианте смета подготавливается ответственными подведомственными структурами с самого низкого уровня. Тем самым фиксируется ответственность отдельных работников.

При совмещенном способе сочетаются два предыдущих варианта. В этом случае подчеркивается ответственность каждого подразделения и исполнителя, а сметы отдельных участков жестче координируются между собой.

Смета содержит большой объем необходимых расчетных, финансовых данных, показывающих, какие экономические последствия связаны с реализацией поставленной цели. На практике это означает, что смета предприятия является основой оценки результатов, когда достигнутое сравнивается с поставленной целью и выявляется отклонение. Формула предельно проста: «цель — достигнутое = отклонение». Обычно анализ отклонений проводится тем, на чьем участке ответственности обнаружено отклонение. В некоторых случаях бывает необходима помощь квалифицированного учетного персонала, принимавшего участие в составлении контрольного отчета. При невыполнении намеченного объема продаж выясняется, к примеру, было ли это результатом уменьшения уровня реализации или снижения цен и т.п. Выявляются причины и ответственные: неоперативная реакция на отношение и критику потребителей, снижение качества, недостатки коммерческой работы, действия конкурентов и т.д. К сожалению, нередко, особенно в российской практике, отклонение только констатируется, а меры по его ликвидации принимаются с запозданием или не принимаются вообще. Именно последнее обстоятельство подчеркивает необходимость постоянного и оперативного контроля за ходом исполнения сметы, действенного экспресс-анализа.

План доходов и расходов. Калькуляция затрат. Денежные поступления и выплаты. Рентабельность, норма прибыли

Источник доходов большинства предприятий — продажа товаров и услуг. Поэтому составление и анализ финансового плана фирмы начинаются с разработки и оценки выполнения его важнейшей части — плана доходов и расходов. Основные показатели и данные последнего формируются в рамках маркетингового исследования. Сначала необходимо рассчитать объемы предполагаемых продаж на год в разбивке по месяцам. Соответствующая информация может быть получена на основе специального изучения рынка, из материалов прогнозов, исходя из опыта или с помощью экспертных оценок. Для этого могут использоваться опросы потребителей, торговых работников и коммерческих структур, позволяющих выявить настроения и предпочтения

потребителей, консультации с маркетологами, анализ временных рядов и т.п. В части расходов: данные о себестоимости реализованной продукции с выделением эксплуатационных издержек, в том числе по основным их статьям (торговые затраты, реклама, зарплата, расходы на оргтехнику и канцелярские принадлежности, аренду помещений, средства связи, коммунальные услуги, аренду оборудования, транспорта, страховку), а также учитываемые в себестоимости отчисления, налоги и сборы, проценты за кредиты, амортизация и пр. В России при расчете издержек предприятия руководствуются «Положением о составе затрат по производству и реализации продукции (услуг, работ),включаемых в себестоимость продукции» и дополнениями к нему, утвержденными Правительством Российской Федерации. Подробный план доходов и расходов фирмы АО «Роспластик», являющийся исходной основой анализа, приводится в приложении (см. Приложение 3, табл. 1). Объемы продаж у новых предприятий и по новым видам продукции, как правило, увеличиваются постепенно по мере освоения рынка, а себестоимость от первоначально относительно высокой затем понижается в связи расширением производства, объемов деятельности. Общефирменные расходы расшифровываются по основным статьям и определяются на каждый месяц, так как их величина, особенно на первоначальном этапе, существенно различна. Это касается, к примеру, торговых издержек, в частности командировочных и представительских расходов, комиссионных, которые обычно выше при выходе на рынок (увеличение числа торговых работников, создание коммерческих структур). Значительную часть затрат любой фирмы составляют расходы на оплату труда работников, что непосредственно зависит от их численности, специальностей и квалификации. Детальные данные по этой сфере содержатся в организационном разделе финансового плана предприятия. При определении и анализе основных расходов необходимо учитывать, что по мере развития фирмы, увеличения объемов деятельности увеличиваются затраты на расширение производственных и складских помещений, арендная плата, страховые социальные и медицинские платежи и т.п. При анализе издержек предприятия важной задачей являются выявление динамики затрат в целом и по основным статьям за представительный период и оценка изменений в структуре расходов, влияния последних на общие результаты деятельности. Отдельный вопрос — калькуляция затрат, то есть определение денежных расходов на производимую и реализуемую продукцию, основные виды деятельности, функции и подразделения. Это требует достоверной, как правило документированной, информации о затрачиваемом на работу времени, используемых трудовых ресурсах, сырье и материалах, накладных расходах. Для бухгалтерской службы, при аудиторских проверках, в рамках анализа деятельности фирмы здесь возникают три взаимосвязанные задачи:

— составление, выполнение систем и процедур оценки расходов, возникших отклонений фактических результатов и их причин;
— определение намечаемых и анализ фактических затрат на продукцию, функции, подразделения и структуры;
— обеспечение информации о расходах предприятия (фирмы), пригодной для принятия оперативных и стратегических решений.

Следует иметь в виду, что данные и выводы анализа в этой части также являются необходимым разделом маркетинговой проработки на будущее. При

формировании и анализе затрат на производство и реализацию (себестоимости) продукции необходимо разграничить суммарные, или валовые, издержки, которые состоят из постоянных, то есть не зависящих от объема производства (содержание зданий, сооружений, предприятия в целом; арендная плата, налог на недвижимость, страховка, оплата минимального количества занятых, неизменных коммунальных услуг и т.п.), и переменных, которые меняются в зависимости от объема выпускаемой продукции (оплата сырья и материалов, труда дополнительных работников). Необходимо проанализировать динамику и структуру валовых издержек и их двух основных составляющих с расшифровкой главных компонентов, прежде всего в увязке с формированием продажных цен и тенденций их изменения. Это обязательная предпосылка изучения и оценки прибыли и рентабельности предприятия. Известно, что прибыль — это разность между доходом, определяемым стоимостью продаж, и расходами фирмы на производство и реализацию продукции. Последняя величина обычно называется валовой прибылью, включающей налоги на предприятие (прибыль), подлежащие уплате. Сумма, остающаяся в распоряжении фирмы после уплаты налога, называется чистой прибылью. Деньги же, числящиеся на счету предприятия в банке, это не что иное, как прибыль. Практически это разность между фактическими денежными поступлениями и выплатами. В условиях России проблема денежных поступлений и выплат, или, как у нас говорят, платежей, приобрела особую остроту. Поэтому анализ ситуации в этой области очень актуален. Теоретически денежные поступления и выплаты фирмы вытекают из плана (счета) доходов и расходов. На деле же даже в обычных условиях возникает временной лаг, который предопределяет денежные возможности предприятия, а тем самым ход и результаты его деятельности. Особенно затруднено обоснованное определение денежной наличности на ограниченные отрезки времени (месяцы, декады) в новых сферах предпринимательской деятельности, на новых сегментах рынка. Исключительное значение в такой ситуации на современном этапе развития российской экономики приобретает выявление отклонений в поступлениях и платежах от проектировок плана доходов и расходов, установление их причин, детализация по отдельным партнерам. Обобщенные данные о денежных поступлениях и платежах за год в разбивке по месяцам сводятся в специальную таблицу для дальнейшего более детального изучения (см. Приложение 3, табл. 2). Практическое значение такой проработки данных и анализа — определение необходимости и целесообразности привлечения заемных денежных средств для обеспечения нормальной работы предприятия. Как правило, план поступлений и платежей предприятия и изучение его фактической реализации осуществляются по месяцам. Обычно (тем более для начинающих предпринимателей и фирм) денежные выплаты первоначально превышают поступления, а значит, для дальнейшей нормальной деятельности требуются дополнительные собственные или заемные средства. С другой стороны, возникает ситуация временно свободных, лишних средств, которые могут быть предоставлены в кредит, положены в банк, отданы в рост. Следует детально спланировать варианты, а в ходе анализа оценить их результативность, выявить возникшие отклонения и нарушения, определить связанные с этим потери. При этом желательно выделить особые отклонения по отдельным товарам и видам товаров, дистрибьюторам и посредникам, группам покупателей, местам и точкам продажи, регионам. В условиях России специ-

альной задачей анализа является выявление причин задержки оплаты продаж, особенно тогда, когда она носит систематический характер. Смысл своей деятельности любой предприниматель видит в получении на вложенный капитал прибыли, не меньшей, чем всякий ему подобный. А это оценивается с помощью показателя нормы прибыли, или рентабельности. Факторы и данные, характеризующие прибыльность капитала, могут быть представлены в следующей схеме (см. Приложение 3, схема 2).

Эта схема показывает, что на относительную рентабельность фирмы помимо доходов и расходов влияет и капитал, связанный с ее деятельностью, поскольку этот показатель представляет собой соотношение между суммой прибыли и вложенным капиталом: [Прибыль] : Вложенный капитал = Рентабельность (%). Показатели, приведенные в схеме и учитываемые формулой, позволят акцентировать внимание на факторах, требующих первоочередного выборочного воздействия, а также обозначить меры, способствующие увеличению размера доходов и сокращению расходов, более полному использованию вложенного капитала. Здесь практическое значение приобретает сравнительное сопоставление данных о рентабельности за ряд лет, а также, при возможности, с другими подобными предприятиями.

Балансовый план. Источники и использование средств

Анализ деятельности фирмы предполагает изучение важнейшей части ее финансового плана — счета активов и пассивов, то есть состояния и соотношения ресурсов, или, как принято их называть, активов, и обязательств — пассивов. Под активами предприятия понимается совокупность его имущества в рыночной или фактической стоимости приобретения. Разграничивают ликвидные (легко превращаемые в денежные средства) и неликвидные активы, что зависит от вещественной формы капитала и характера его участия в процессе производства (основной и оборотный). Ликвидные активы — непосредственно денежные средства, а также все те ресурсы (материалы, сырье, полуфабрикаты), которые потребляются в данном процессе производства или в период, не превышающий одного года. Неликвидные активы — основной капитал, материальное имущество, применяемое во многих циклах производства и, как правило, длительное время (здания, сооружения, оборудование, земельная собственность, агрегаты, транспортные устройства и т.д.). Пассивы — краткосрочные и долгосрочные денежные обязательства фирмы перед кредиторами: первые — в пределах года, вторые — на более длительные сроки (скажем, банковские кредиты на приобретение оборудования, возмещение длительного недостатка денежной наличности и т.п.). Разность между стоимостью всех активов и суммой пассивов предприятия составляет его собственный капитал, который соответствует вложенным в создание предприятия средствам партнеров и включает также сумму нераспределенной прибыли. Доходы фирмы, полученные в результате ее деятельности от продажи товаров и услуг, формируют ее активы и собственный капитал, а расходы обусловливают уменьшение собственного капитала, рост пассивов и сокращение активов. Вот почему именно анализ источников и использования средств позволяет получить достаточно точное представление о состоянии дел, текущих возможностях и перспективах

предприятия. Предприниматель, экономические службы в рамках такого анализа должны выяснить, как расходовались вложенные средства, прибыль в истекшем периоде, как отразилось движение денежных ресурсов на оборотном капитале фирмы, каковы источники поступления денег и на что они тратятся. Соответствующие данные желательно свести в компактную таблицу наподобие нижеследующей, где представлены сведения об источниках денежных средств и их использовании за анализируемый период в АО «Роспластик» (цифры условные).

Источники и использование денежных средств по АО «Роспластик» на конец года
(тыс. рублей)

Средства из разных источников, всего, в том числе	**646,7**
— ссуда банка под недвижимость	300,0
— срочная банковская ссуда	150,0
— собственные средства	100,0
— чистая прибыль	17,5
— амортизация	79,2
Использованные средства, всего, в том числе на:	534,5
— приобретение оборудования	480,0
— прирост товарно-материальных запасов	20,9
— погашение ссуды	33,6
Чистый прирост оборотного капитала	112,2
Итого	646,7

Как видно из приводимых данных, основными источниками денежных средств предприятия были заемные ресурсы (450 тыс. руб. — 69,6%) и собственные накопления (100 тыс. руб. — 15,4%). К концу года небольшая часть средств была получена из прибыли (17,5 тыс. руб. — 2,7%). Остальные средства поступили из амортизационного фонда. Не случайно, что на первоначальном этапе деятельности АО практически все расходы были связаны с оплатой приобретаемого оборудования, возвратом ссуд, пополнением товарно-материальных запасов, необходимых для расширения производства. В дальнейшем существенными статьями использования денежных средств становятся: выплата дивидендов, расходы на приобретение акций отдельных партнеров, прирост активов, погашение предоставленных кредитов. В ходе анализа следует выявить тенденции динамики основных позиций, источников и направлений использования денежных средств предприятия, оценить происходящие изменения в их структуре, их возможное воздействие на дальнейшую деятельность. Основные сведения, необходимые для анализа работы фирмы, содержатся в ее финансовой отчетности, используемой руководством и управленческим персоналом, налоговыми и регистрирующими органами, аудиторской службой, кредиторами, держателями акций и потенциальными инвесторами.

Резюме

Анализ финансового положения предприятия позволяет предпринимателю, руководству предприятия достоверно оценить текущую ситуацию и перспективы. Он должен ответить на вопрос: каковы источники и суммы денежных средств, которыми располагает фирма, на какие цели и нужды они расходуются? В рамках анализа оценивается эффективность использования денежных ресурсов, капитала. Обязательный раздел анализа — изучение состава и источников доходов и направлений расходов фирмы, рассмотрение объемов продаж товаров и услуг, себестоимости реализованной продукции в помесячном разрезе с выделением валовых, постоянных и переменных издержек. Должны быть выделены и оценены показатели прибыли и рентабельности, выявлены тенденции их динамики. Предмет специального внимания, особенно в ситуации несвоевременных платежей в России, — фактические денежные поступления и выплаты за анализируемый период, поскольку это предопределяет действительные финансовые возможности предприятия, его реальное экономическое положение. Анализ итогового баланса фирмы дает картину ее финансового положения на конец истекшего периода, оценку активов и пассивов, собственного капитала, их объемов, динамики и структуры. Необходимая часть финансового анализа — рассмотрение источников формирования и направлений использования денежных средств предприятия, оценка влияния движения этих средств на использование оборотного капитала. Данные анализа могут быть представлены в таблицах с краткими комментариями и выводами.

Основные понятия

Финансовая смета — свод общих доходов и расходов предприятия по их составу, источникам и направлениям использования за (на) определенный период.

Счет доходов и расходов — отчетно-финансовый документ, содержащий сведения о составе и основных видах доходов и расходов фирмы, в том числе данные о производственных и торговых издержках, прибылях и убытках.

Издержки (себестоимость) — денежные расходы предприятия, в том числе по отдельным видам товаров и услуг, на производство и реализацию продукции (товаров, услуг, работ). Различают валовые, переменные и постоянные издержки.

Денежные поступления и выплаты — фактические денежные суммы, полученные фирмой и ее действительные денежные расходы в анализируемом периоде. Практически определяют реальное финансовое положение, особенно в условиях несвоевременности платежей.

Балансовый отчет — итоговый документ, характеризующий финансовое положение предприятия, объемы и структуру его активов и пассивов, величину и состав собственного капитала.

Отчет об источниках и использовании денежных средств — сводные итоговые данные об объемах и основных источниках денежных ресурсов предприятия, направлениях и сферах их использования.

Вопросы для самопроверки

1. *Назовите основные направления и методы анализа финансового положения предприятия.*
2. *Что такое финансовая смета и какие данные в ней содержатся?*
3. *Раскройте содержание счета доходов и расходов.*
4. *Что понимается под издержками предприятия? Как они разграничиваются?*
5. *Как определяется валовая и чистая прибыль фирмы?*
6. *Что характеризует и дли чего используется показатель рентабельности, нормы прибыли?*
7. *Почему необходимо анализировать денежные поступления и платежи предприятия?*

Глава 22

Финансовая отчетность. Анализ и интерпретация основных показателей

1. *Финансовый отчет. Содержание. Потребители. Требования к разработке*
2. *Анализ и интерпретация основных показателей*

Финансовый отчет. Содержание. Потребители. Требования к разработке

Содержание, требования к составлению, форма, порядок и сроки представления и опубликования финансового отчета предприятия, как правило, регламентируются законодательными и нормативными актами, соответствующими уставными положениями. Необходимые качества отчета — достоверность и сопоставимость данных, компактность. Отчет должен содержать определенный набор обязательных показателей и сведений. Прежде всего, финансовый отчет фирмы предназначен для ее руководства и управленческого персонала, он является важной основой для оценки деятельности предприятия в целом, отдельных его подразделений, конкретных исполнителей и структур, принятия решений текущего и стратегического характера. Это серьезный ориентир в управлении деятельностью компании. В то же время финансовый отчет требуется регистрирующим, налоговым и финансовым органам, аудиторским службам, а для государственных предприятий — вышестоящим министерствам и ведомствам. В рыночной экономике этот отчет используется акционерами, потенциальными инвесторами, кредиторами. Финансовый отчет состоит из трех основных документов: балансового отчета, счета доходов и краткой пояснительной записки руководителя (директора, президента) предприятия. В очень краткой преамбуле характеризуются основные задачи, поставленные перед фирмой в истекшем периоде, и дается общая оценка результатов деятельности. Первый раздел содержательной части отводится *балансовому отчету*, в котором должны быть отражены следующие вопросы, желательно разбитые на указанные ниже группы.

1. Акционерный (для государственных предприятий — уставный) капитал и резервы. Эта группа включает такой круг сведений и данных: номинальный

акционерный капитал и капитал по реализованным акциям; погашаемые привилегированные акции (ранние и поздние сроки погашения, величина выплачиваемых в счет погашения премий); счет премий по акциям, резервы (совокупная величина; капитал и зарезервированные доходы без дифференциации, классифицированные по отдельным позициям, исходя из особенностей компании; движение резервов).

2. Заемный капитал — кредиты и займы сроком до трех лет; кредиты и займы сроком более трех лет; условия и порядок выплат, процентные ставки.

3. Основной капитал. Общий стоимостный объем и структура по основным видам; методы, используемые для разнесения активов по разделам; способы определения стоимости (год и величина оценки, при оценке в течение года, регистрационная квалификация оценщика и используемый базис оценки); поступление и продажа активов по каждому разделу; здания, сооружения и земля (собственная недвижимость; долгосрочная аренда — более пяти лет); краткосрочная аренда (до пяти лет); неосязаемые активы, интеллектуальная собственность (лицензии, патенты, авторские права), торговые марки и т.д.

4. Инвестиции. Общий объем, объекты и структура инвестиций по рыночной стоимости. В заключительных примечаниях к балансовому отчету отдельно оговариваются случаи необеспеченности каких-либо долговых обязательств активами, а также приводятся сведения об общих объемах необеспеченных потенциальных обязательств; отмечаются обязательства инвестиционного характера. Примечания должны также содержать информацию о базе расчета налога на прибыль предприятия и базе пересчета иностранной валюты. Образец отчетного баланса компании приводится в Приложениях (см. Приложение 3, табл. 3). Во второй раздел содержательной части финансового отчета включен *счет прибылей и убытков*, который также содержит ряд обязательных материалов и данных, перечисляемых ниже. Это оборот и методы его расчета; валовой инвестиционный доход и его основные составляющие; получаемые платежи за аренду; расходы на аудиторов; выплачиваемые проценты по кредитам (в том числе займы у банков, ссуды по текущим счетам, овердрафты по краткосрочным и среднесрочным кредитам, частичные и полные выплаты в рамках долгосрочных кредитов). Сюда также входят данные об арендных платежах за здания, сооружения и оборудование; получаемые платежи за аренду; о формировании амортизационных средств на поддержание, модернизацию и замену основных фондов; обновлении основных фондов, по которым рассчитывается амортизация; денежном вознаграждении по отдельным основным видам (сдельные выплаты, повременные и твердые оклады, компенсации при увольнении, пенсии предприятия, размеры наиболее высоких денежных вознаграждений отдельным работникам руководящего состава); налогообложении; стоимости экспортной продукции; важнейших изменениях в основном капитале; денежных суммах, направленных на погашение акций и/или займов; резервах и запасах и их движении; дивидендах.

Финансовый отчет фирмы завершается краткой пояснительной запиской (отчетом) руководителя, где даются сжатые характеристики и оценки представленных данных. Она должна включать следующие моменты: состояние дел компании; важнейшие виды деятельности компании и изменения в них; анализ оборота и прибыли по различным видам предпринимательской деятельности с выделением данных о доле различных ее видов в общем коммерческом резуль-

тате, а также региональный анализ внутренних и зарубежных операций по продажам; стоимость товаров и услуг, реализованных на экспорт; важнейшие изменения в основных фондах; предложенные дивиденды; рекомендации по переводу в резервы; сведения о важнейших заключенных контрактах; фамилии директоров за отчетный период; информацию о приобретении директорами ценных бумаг и доле их в акционерном капитале на начало и на конец периода.

По мере необходимости в пояснительную записку включается и другая информация, имеющая существенное значение для деятельности фирмы. Жестких предписаний по форме финансового отчета предприятия не существует, но, исходя из обязательного набора материалов и данных, на практике применяется несколько их типовых вариантов. В Приложениях приводится один из наиболее часто используемых вариантов (см. Приложение 3, табл. 4).

Анализ и интерпретация основных показателей

Анализ финансового отчета является важнейшей практической задачей. Он позволяет достоверно оценить экономическое содержание и смысл данного направления и формы предпринимательской деятельности, выяснить ее финансовые результаты, определить коммерческое значение соответствующей сферы бизнеса. Это необходимая часть маркетингового исследования. Значение такого анализа особенно велико, если он встраивается в исследование рынка, учитывает показатели общеэкономической ситуации. В аналитических разработках материалов и данных финансового отчета, обоснованных и надежных оценках деятельности предприятия заинтересованы многие субъекты хозяйственной деятельности. Прежде всего это руководители и владельцы фирмы, менеджмент. Они должны знать, насколько эффективно вкладывается и используется капитал, какова отдача, в том числе в сравнении с конкурентами, а также другими предпринимателями. Заинтересованность проявляют также акционеры в лице держателей обычных и привилегированных акций. Их это интересует и практически беспокоит с точки зрения рискованности своих вложений, прибыльности бизнеса, надежности дивидендов. При этом держатели обычных акций особо заинтересованы в достаточно высокой прибыли, что позволяет им получить большие дивиденды. Такая информация нужна и партнерам по хозяйственной деятельности (поставщикам и покупателям, посредникам), устойчивость операций которых, в частности своевременность денежных расчетов, непосредственно зависит от финансового положения данной фирмы; кредиторам, которые должны быть уверены, что предприятие в состоянии выплатить в срок и в полном объеме свои долги; владельцам долговых обязательств компании, заинтересованным в регулярных и своевременных выплатах денежных сумм по своим вкладам; потенциальным акционерам, выбирающим варианты прибыльного вложения капитала; возможным инвесторам, предпочитающим долгосрочные затраты капитала на надежные, перспективные, прибыльные проекты и в соответствующие предприятия. Наконец, такой анализ может быть затребован государственными органами, налоговыми, финансовыми и аудиторскими структурами, исследовательскими, консалтинговыми организациями и фирмами. На практике применяются три основных метода анализа и интерпретации материалов и данных

финансового отчета: непосредственная оценка; изучение и расчет относительных показателей, в том числе в целях сопоставлений; оценка ресурсов и их использования.

Метод непосредственной оценки. Этот метод предусматривает использование ряда основных показателей деятельности фирмы, входящих в систему национального счетоводства, содержащихся в отчетном балансе предприятия и в счете прибылей и убытков. Среди данных отчетного баланса следует выделить позицию *собственный капитал*, разграничив его на задействованную часть и резерв, который может быть востребован в случае необходимости. В непосредственной оценке нуждается и позиция *заемный капитал*. Здесь рассматриваются суммы и сроки выплаты долгосрочных кредитов и займов, других долговых обязательств (например, по налоговым платежам), что очень существенно влияет на движение денежной наличности, особенно на первоначальном этапе деятельности и тем более при общей финансово-экономической неустойчивости. Следует, в частности, выяснить, имеют ли владельцы долговых обязательств фирмы возможность превращения этих обязательств в обычные акции вместо получения наличных денег. Последнее обстоятельство затрудняет определение суммы наличных средств, требующихся для погашения долговых обязательств. Непосредственной оценке подлежит и позиция *основной капитал (фонды)* — сначала в целом по суммарной стоимостной величине, а затем по главным составляющим:

— Земля, здания и сооружения, с выделением собственных и арендованных. В последнем случае необходимо учитывать возможности оплаты аренды, что может привести к невозобновлению договора аренды. Данное обстоятельство крайне актуально в российских условиях, когда ставки арендной платы растут быстро и значительно.
— Оборудование. Степень его физического износа и морального износа, обусловливающих усиленную амортизацию, низкую эффективность использования, а значит, в конечном счете большие затраты на модернизацию, замену.

Важный предмет непосредственной оценки — *действующий капитал*. Под ним понимается превышение оборотных фондов над краткосрочными долговыми обязательствами. Предприниматель, фирма должны практически всегда иметь достаточные суммы действующего капитала для финансирования повседневных операций. Конечно, величина действующего капитала и потребность в нем зависят от масштабов и типов предпринимательской деятельности. Нехватка действующего капитала обычно проявляется в затоваривании, когда при расширении бизнеса требуются большие запасы для обеспечения роста сбыта. Это, как правило, ведет к резкому увеличению долгов. Значительный и устойчивый избыток действующего капитала, в свою очередь, свидетельствует о недостаточно эффективном использовании активов предприятия.

Теперь приобретает актуальность и позиция *нематериальные и неосязаемые активы,* количественная оценка значения которых затруднена, особенно в части интеллектуальной собственности: лицензий, патентов, ноу-хау, авторских прав. Несколько проще установление ценности предварительных расходов, затрат на исследования, разработку и внедрение, а также на выпуск акций, долговых обязательств. При непосредственной оценке заслуживают отдельного внимания данные отчетного баланса о контрактах на инвестиции и условных обязательствах (например, судебных, арбитражных исках).

Счет прибылей и убытков. Здесь в рамках непосредственной оценки целесообразно рассмотрение таких показателей деятельности предприятия, как сбыт (продажи), валовая прибыль и чистая прибыль.

Сбыт. Помимо определения данных об абсолютных объемах продаж (доходов) требуется сопоставление с соответствующими расчетными цифрами бизнес-плана и показателями предшествующих периодов. Выявление причин отклонений предполагает рассмотрение факторов изменения объемов и структуры сбыта, динамики цен.

Валовая прибыль. Ее величина определяется объемами сбыта (выручка от продаж, доходы) и расходами на производство и реализацию товаров, услуг (работ). Факторы изменения сбыта (доходов) упомянуты выше. Что касается расходов, то для коммерческих компаний они будут зависеть от цен на закупаемые товары, материалы и изделия, цен и тарифов на транспортные, страховые и другие посреднические услуги, а для производственных предприятий — от себестоимости продукции и издержек на ее сбыт. В России конечный финансовый результат деятельности предприятия, согласно Положению «О составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли» (Постановление Правительства РФ от 5 августа 1992 г. № 552), слагается из финансового результата по реализации продукции (работ, услуг), основных средств и иного имущества и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям. Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) и товаров определяется как разница между выручкой от реализации продукции в действующих ценах без налога на добавленную стоимость и акцизов и затратами на ее производство и реализацию. Раздел II Постановления приводится в Приложениях (см. Приложение 3, текст 5).

Чистая прибыль. Представляет собой валовую прибыль фирмы за вычетом налогов и обязательных платежей, не включаемых в издержки по производству и реализации товаров и услуг. Оценить ее более полно позволяет сравнение с расчетными предположениями и данными предшествующих периодов. Этот метод аналитической работы является необходимым этапом ознакомительного характера, позволяющим осмыслить общие результаты деятельности фирмы, определить основные направления и наиболее существенные вопросы, подлежащие дальнейшему изучению.

Метод относительных и расчетных показателей. Предполагает использование относительных и расчетных данных для количественной и качественной оценки финансовых и экономических результатов работы фирмы, представленных в ее отчете. Как отмечалось в главе 1, в рыночной экономике — и на макроуровне, и на уровне фирм — особое значение приобретают относительные показатели динамики хозяйственных процессов — индексы, а также показатели, характеризующие структуру (удельный вес, доля), корреляционные зависимости и связи. Поэтому их использование при анализе финансового отчета предприятия обоснованно и необходимо. Обратимся к простому примеру: отношение денежного объема оборотных фондов у фирмы «Прима» к ее краткосрочным долговым обязательствам, исходя из данных отчета, составляет 2 : 1, а у фирмы «Дельта» — соответственно 1 : 1. Если эти фирмы занимаются различными видами деятельности, в разных сферах (только производственная,

производственно-коммерческая, только коммерческая; в области добывающей или обрабатывающей промышленности и т.д.), подобные расхождения обусловлены и требуют отдельного изучения и оценки. Но если указанные фирмы занимаются одинаковым бизнесом в однородных секторах, необходимо более подробно изучить состав действующего капитала, его отдельные компоненты. В частности, требуют ответа такие вопросы: каковы запасы в каждой из фирм? Какие сроки предусмотрены по поставке товаров в кредит? Каков период выплаты долгов? Наличие и величина у каждой из фирм ликвидных средств для срочного погашения задолженности? Нетрудно понять, что обоснованные ответы на эти вопросы позволяют установить и устранить причины, вызывающие неудовлетворительное соотношение оборотных средств и краткосрочных денежных долговых обязательств у предприятия. Создаются предпосылки для выработки и осуществления мер, предупреждающих возникновение подобной ситуации в дальнейшем. Крайне актуально использование этого относительного показателя при анализе деятельности российских предприятий, что обусловлено кризисом неплатежей и его последствиями. Особое значение для руководства предприятиями имеют показатели деятельности, характеризующие общие тенденции, применимые для сравнительного анализа. Относительные показатели, содержащиеся в финансовом отчете фирмы и рассчитанные на основе данных этого отчета, используются для разнообразных целей, непосредственно касающихся ее деятельности. Среди них можно назвать следующие:

— оценка в сопоставлении с представительными данными прошлых лет и расчетными проектировками тенденций динамики сбыта, расходов, прибылей. Служит основой для прогнозирования соответствующих индикаторов в будущем;
— программы и проектировки на перспективу, учитывающие достигнутые показатели, создают органическую систему контрольных ориентиров;
— использование обобщающих относительных индикаторов для координации первичных данных;
— применение для контроля исполнения отдельных работ и операций (квотирование продаж, инвестиций, кредитных заимствований) и минимизации затрат;
— привлечение в качестве критериев формирования и регулирования внешних и внутренних взаимоотношений руководства и держателей акций, для оценки деятельности отдельных подразделений, служб и структур, работников;
— использование относительных показателей как инструмента оценки эффективности деятельности во времени и по сравнению с другими подобными предприятиями.

Набор относительных показателей, используемых при анализе, не предписан и варьируется с учетом конкретных задач и исходных материалов и данных. Важно обеспечить достоверную, обоснованную, взаимоувязанную оценку деятельности фирмы. Исходя из данных, содержащихся в балансовом отчете предприятия (см. Приложение 3, табл. 3), необходимо рассчитать и оценить ряд относительных аналитических показателей, которые могут быть подразделены по значению на первичные и производные. К первичным относятся финансовые показатели, рассматриваемые ниже.

Во-первых, *окупаемость (возврат)* вложенного капитала ($O_{вк}$), рассчитываемая как отношение чистой прибыли (после налогообложения — $П$) к разно-

сти между общей стоимостью имущества (*И*) и краткосрочными долговыми обязательствами ($О_{кр}$), выраженная в процентах: $О_{вк} = (П : [И - О_{кр}])$. В нашем случае, подставив соответствующие значения из балансового отчета, получим: $О_{вк} = (48 : 276) \times 100 = 17{,}4\%$. При этом под вложенным капиталом понимается общая стоимость имущества по рыночным ценам за вычетом краткосрочных долговых обязательств. Данный показатель — один из определяющих для характеристики эффективности менеджмента.

Во-вторых, *прибыльность продаж* ($Р_{пр}$), рассчитываемая как соотношение между чистой прибылью от реализации ($П_{пр}$) и выручкой от объема продаж ($V_{пр}$) : $Р_{пр} = (П_{пр} : V_{пр}) \times 100$. Этот показатель позволяет судить о приемлемости продажных цен и эффективности сбыта. В компании «Гамма Ltd.» он составляет: $Р_{пр} = (48 : 400) \times 100 = 12{,}0\%$.

В-третьих, *оборот капитала* ($О_к$), отражаемый соотношением объема сбыта ($V_{пр}$) и величины вложенного капитала $К_{вл} : О_к = V_{пр} : К_{вл}$. Для «Гамма Ltd.» он определяется как: $О_к = 400 : 276 = 1{,}45$. Другими словами, каждая единица вложенного капитала обеспечила сбыт на 1,45 руб. Агрегатный расчетный показатель, увязывающий прибыльность продаж ($Р_{пр}$) и оборот капитала ($О_к$), то есть $Р_{пр} \times О_к$, в данном случае равен: $12{,}0 \times 1{,}45 = 17{,}4$.

В-четвертых, *соотношение оборотного капитала* ($К_{об}$) *и суммы краткосрочных обязательств* ($О_{кр}$), взаимоувязывающее объем действующего капитала и платежеспособность фирмы: $К_{пл} = К_{об} : О_{кр}$. У компании «Гамма Ltd.» $К_{пл} = 192 : 64$, или 3 : 1. Расчет этого коэффициента при анализе деятельности фирм имеет насущное практическое значение в современной российской экономике.

В-пятых, крайне важный практический показатель *уровня ликвидности* ($V_{лк}$), говорящий о способности предприятия выполнить свои краткосрочные долговые денежные обязательства. Он представляет собой отношение объема ликвидных фондов ($Ф_{лк}$), то есть оборотных фондов за вычетом запасов, к сумме краткосрочных обязательств фирмы ($О_{кр}$) : $У_{лк} = Ф_{лк} : О_{кр}$. В нашем примере это: $У_{лк} = 120 : 64 = 1{,}91$. Группа производных относительных показателей, используемых при анализе, включает три рассматриваемых ниже.

Оборот запасов. Показатель, характеризующий привлечение денежных средств в запасы, нередко приводящее к неэкономичному связыванию действующего капитала. Этот показатель ($О_з$) рассчитывается как соотношение издержек сбыта ($И_с$) и среднего уровня запасов за период ($У_з$) : $О_з = И_с : У_з$. По данным компании «Гамма Ltd.», он определяется: $О_з = 300 : (88 + 72) = 3{,}75$ раза.

Средняя продолжительность погашения покупательской задолженности ($С_{ппз}$) — показатель среднего срока погашения потребителями продаж в кредит. Представляет собой соотношение суммы дебетовой части счетов ($Д_с$) и объема ежедневных продаж ($Е_{пр}$) : $С_{ппз} = Д_с : Е_{пр}$. Это для нашего случая: $С_{ппз} = (100 : 400) : 365 = 91$ (день).

И наконец, *оборачиваемость кредитов* ($О_{кр}$), рассчитываемая как соотношение между кредитовой частью счетов ($К_с$) и суммой издержек сбыта или закупок ($И_{с/з}$) : $О_{кр} = К_с : И_{с/з}$ в расчете на год. По компании «Гамма Ltd.» это означает: $О_{кр} = 64 : 384 \times 365 = 60$ (дней). Отдельную группу составляют показатели доходности, имеющие особое значение для предпринимательской деятельности и оценки ее результатов. В анализе обычно используются четыре таких показателя: уровень доходности дивидендов, доходность акций, соотно-

шение курса акций и доходов, соотношение капитала компании по привилегированным акциям и долговым обязательствам и капитала, представленного обычными акциями.

Уровень доходности дивидендов ($У_{дд}$) показывает уровень отдачи (дивидендов) обычных акций (*Д*) по отношению к их рыночной цене ($Ц_р$) в процентах: $У_{дд} = Д : Ц_р$. По данным отчета «Гамма Ltd.», это: $У_{дд} = 15 : 2{,}5 = 6\%$.

Доходность акций — индикатор возможного дохода (дивиденда) держателей обычных акций при распределении всей полученной прибыли после налогообложения. Этот показатель ($Д_а$) рассчитывается как отношение (в процентах) между доходами по обычной акции (*Д*) и ее рыночной ценой ($Ц_р$): $Д_а$. И для нашего случая получаем: $Д_а = (48 : 150) : 2{,}5 \times 100 = 12{,}8\%$.

Соотношение курса акции и доходов (*Т*) — определяющее время (число лет), за которое окупится обычная акция: $T = Ц_р : Д$, или $T = 2{,}5 : 0{,}32 = 7{,}8$ (лет).

Соотношение ($К_{пр}$) *капитала с фиксированным доходом* ($А_{пр}$) *и представленного обычными акциями* ($А_о$): $К_{пр} = А_{пр} : А_о$, которое в данном варианте: $К_{пр} = 50 : 150 = 1 : 3$. В рамках оценки использования ресурсов особое место обычно занимает отвлечение средств в товарные запасы. Затоваривание, как правило, связано с резким увеличением возможностей сбыта, обусловливающих создание дополнительных товарных ресурсов. В результате возникает недостаток наличных денежных средств, а значит, появляются трудности со своевременной выдачей зарплаты, оплатой долгов, налогов. Нередко такая рыночная ситуация приводит к увеличенным расходам по привлечению дополнительных работников, расширению складских помещений, выплате сверхурочных, большим закупкам и запасам сырья и материалов, полуфабрикатов, в том числе за счет кредитов. Особенно тяжелое положение создается, когда избранный вариант предпринимательства имеет более продолжительный период оборота средств, чем требуется для выплаты кредитов. Обычно это обусловливает большее привлечение денежных ресурсов из заемных источников, о чем можно судить по увеличению запасов без ускорения их оборачиваемости; тенденции уменьшения общей прибыли; росту сумм заимствований до существенных значений относительно размеров акционерного капитала; неустойчивости и резким изменениям ряда основных показателей деятельности фирмы.

В этом и подобных случаях необходимо изучение представительных данных за ряд лет во избежание поспешных и малообоснованных выводов. Это направление анализа актуально и в случае резкого увеличения запасов сырья и материалов, вызванного различными обстоятельствами, в том числе рыночной ситуацией. Так же как и затоваривание, несоразмерный рост запасов ведет к завязыванию денежных ресурсов со всеми вытекающими отсюда последствиями. Большей обоснованности аналитических данных и выводов из них могут способствовать внутренние сравнения: по подразделениям, филиалам фирмы, группам продукции и т.д., а также внешние сравнения с другими подобными отечественными и зарубежными предприятиями. Рассматривая основные направления и методы анализа финансового отчета, мы сосредоточили внимание на предприятиях частной формы собственности, прежде всего акционерных. Но изложенные правила и подходы вполне применимы и для государственных предприятий, хотя здесь круг анализируемых и расчетных показателей несколько изменится.

Резюме

Важнейшим обязательным документом, в котором представлены результаты деятельности предприятия, является его финансовый отчет. Годовой финансовый отчет включает: балансовый отчет, счет прибылей и убытков, пояснительную записку руководителя. В нем содержится определенный круг показателей и данных, позволяющих обоснованно и достоверно оценить ход и результаты работы фирмы. Они должны быть представительны, методологически однородны и сопоставимы. В полноценной и своевременной разработке и анализе содержания финансового отчета прежде всего заинтересованы владельцы, акционеры, руководители и менеджерский персонал предприятия. Он нужен также регистрационным налоговым и финансовым органам, аудиторским службам и другим внешним потребителям: потенциальным инвесторам, кредиторам, банкам и т.д. Анализ финансового отчета предполагает использование трех методов: непосредственную оценку его основного содержания; применение системы расчетных, относительных показателей, характеризующих наиболее важные стороны и итоги деятельности; оценку ресурсов и их использования. Цель — выявить отклонения, слабые места, предупредить возможные потери и убытки. Для этого используется система финансовых коэффициентов и показателей, производных расчетных данных и индикаторов доходности. В оценке ресурсов и их использования особое внимание должно быть уделено выявлению и предупреждению «завязывания» денежных средств в затоваривание и несоразмерные запасы сырья и материалов.

Основные понятия

Анализ финансовой отчетности предприятия — совокупность правил и методов изучения данных и показателей финансовой деятельности фирмы, содержащихся в ее отчете.

Непосредственная оценка — предварительное ознакомление с материалами и данными финансового отчета, осмысление их содержания, динамики, структуры и взаимосвязи.

Аналитические относительные показатели и коэффициенты — расчетные индикаторы, получаемые на основе данных финансового отчета, для оценки основных сторон деятельности предприятия и проведения сопоставлений.

Первичные финансовые показатели — непосредственные относительные показатели эффективности производственной, хозяйственной

деятельности предприятия (отдача вложенного капитала, норма прибыльности продаж, оборот капитала и т.д.).

Производные финансовые показатели — относительные расчетные индикаторы использования отдельных видов ресурсов, денежных средств (оборот запасов, средний срок погашения покупательской задолженности, оборачиваемость кредитов).

Показатели доходности — расчетные относительные показатели оценки доходов по акциям (доходность акций, уровень доходности дивидендов, соотношение курса акций и доходов).

Вопросы для самопроверки

1. *В чем состоит и почему необходим анализ финансовой деятельности предприятия?*
2. *Кому нужны данные и результаты такого анализа?*
3. *Какие документы финансовой отчетности используются при анализе?*
4. *Что такое непосредственная оценка финансовой отчетности и в чем она заключается?*
5. *Назовите основные группы относительных расчетных показателей.*
6. *В чем заключается затоваривание и почему оно опасно?*

Литература

1. **Хоскинг А.** Курс предпринимательства / Пер. с англ. — М. 1993.
2. **Хизрич Р., Питерс М.** Предпринимательство. — Вып. 2. — М., 1992.
3. **Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции, и нормы амортизационных отчислений. Сборник материалов** // Бухгалтерский учет. — М., 1995.
4. **Экономика предприятия**. Учебник / Под ред.А.И. Волкова. — М., 1997.
5. **Экономика предприятия**. Учебник для вузов / Колл. авт. — М., 1997.
6. **Берзинь И.Э.** Экономика фирмы. — М., 1997.
7. **Крейнина М.** Финансовое состояние предприятия. Методы оценки. — М., 1997.
8. **Соловьев В., Рыбалкин В.** Бизнес-план предприятия, фирмы. Пособие. — М., 1992.

Глава 23

Использование результатов экономического анализа для разработки стратегии и тактики деятельности коммерческого предприятия

Создание и поддержание конкурентоспособности предприятия предполагает динамичное и творческое отношение к быстро изменяющейся окружающей среде. Это требует от руководства фирмы профессиональной, с учетом изменений внешних факторов, эффективности управления на основе разработанной стратегии. Процесс объединения информации о текущих изменениях внешней и внутренней среды, коммерческих идей, принимаемых предпринимателем решений и результатов прогнозов в единый документ, являющийся основой для планирования деятельности предприятия, и называется формированием стратегии.

Технология стратегического управления предполагает проведение анализа актуального состояния коммерческой деятельности, разработку и отбор коммерческих идей, формирование стратегии, планирование деятельности фирмы на основе стратегических решений и обеспечение работы в соответствии с принятым планом.

При анализе окружающей среды важно учитывать факторы будущих рисков и возможностей, которые оказывают значительное влияние на коммерческий успех: спрос, конкуренцию, собственную долю рынка, структуру потребителей, новые возможности сбыта, продукцию конкурентов, методы конкурентной борьбы, цены, слабые и сильные стороны собственной фирмы.

На основе указанных анализов составляется рыночный прогноз, где должны быть определены развитие спроса в отрасли (market demand), спроса на продукцию фирмы (company demand) и прогноз сбыта собственной продукции (company sales forecast).

Анализируя деловую репутацию фирмы, необходимо выяснить, какое отношение к фирме и ее продукции сложилось у отдельных групп потребителей, выработать свое видение репутации фирмы и решить, что для этого нужно сделать, так как репутация (имидж) — тоже своего рода продукция фирмы. Выяснение сильных и слабых сторон предприятия предполагает рассмотрение уровня продукции, наличия ресурсов, ожидаемых доходов и прибыли.

Разработка коммерческой идеи охватывает четыре основных сектора деятельности:

— сегмент рынка, или **кому продавать** свою продукцию;
— характеристику продукции (услуги), или **что продавать**;
— способ производства и продажи, или **как производить и продавать**;
— репутацию (имидж) фирмы, или **что привлекает** потребителя к вашей продукции и к вашей фирме.

Анализ разработанных коммерческих идей и их отбор позволяют определить стратегические цели и задачи предприятия.

При разработке коммерческой идеи обычно исходят из следующих принципов, выработанных практикой:

1. Успех фирмы определяется тем, насколько она способна с помощью своей продукции или услуги решать проблемы потребителей. Именно в этом и заключается современное представление о рыночной ориентации производственной и коммерческой деятельности.

2. Посредственность и отсутствие стремления к удовлетворению потребностей покупателей не приносят ни успеха, ни денег.

3. Конкуренция не позволяет без усилий кому-то подняться выше других, поэтому коммерческая идея должна быть конкретной, целенаправленной и реальной.

На формирование коммерческой идеи оказывает непосредственное влияние совокупность таких вопросов, как производительность труда, высококачественность материалов и компонентов, хороший дизайн, профессиональная квалификация персонала, контроль качества, способность фирмы вживаться в рынок и взаимодействовать с окружающей средой, маневрирование ресурсами и приспособляемость к быстро меняющимся условиям рынка.

Таким образом, коммерческая идея охватывает весь комплекс хозяйственной деятельности и должна обеспечивать рентабельность фирмы, ее конкурентоспособность, оригинальность в выборе продукции, ассортимента, способа продвижения на рынок. Именно по этим критериям производится отбор коммерческих идей, закладываемых в основу стратегии фирмы.

Технология разработки коммерческой идеи состоит из трех частей:

— результаты исследований рынков, сегментов потребителей, конкурентов, товаров и услуг, предлагаемых на рынке, и т.п., позволяющие определить характер и параметры потребности в продукции (услуге), имеющей перспективное значение для коммерческого успеха;
— формирование необходимых предпосылок и условий для производства выбранной продукции (услуги);
— определение способа деятельности фирмы для обеспечения избранной коммерческой идеи: организационная структура, система управления, средства производства, системы планирования, стимулирования, контроля, информационная система.

Коммерческая идея обладает рядом свойств, которые несут в себе характерные черты конкретной фирмы. Поскольку возможности каждой фирмы различны по положению на рынке, уровню руководства, внешнему имиджу, истории развития, то и база, на которой строится идея, отличает данную фирму от конкурентов. В этом смысле коммерческая идея, принадлежащая конкретной фирме, является оригинальной и несет в себе черты прошлого опыта фирмы. Только при создании новой фирмы имеются более свободные рамки для выработки идеи.

Крупные компании стремятся разработать несколько коммерческих идей, не смешивая их между собой, однако это трудноразрешимая задача, которую способна решать далеко не любая фирма.

Успех коммерческой идеи зависит от целого ряда факторов. Прежде всего — от сочетаемости, гармонии отдельных компонентов идеи, способа действия фирмы на рынке, правильности выбора сегмента рынка, удачи в выборе основных параметров продукта или услуги, отношения к фирме и ее продукту со стороны потенциальных потребителей. На успех идеи, безусловно, влияет оригинальность решения в сравнении с конкурентами, то есть такие элементы, которые дают преимущества перед конкурентом и его продуктом хотя бы в малом.

Важным фактором также является сочетаемость внешней, внутренней и рыночной эффективности. Под внешней эффективностью понимают соотношение затрат фирмы и рыночной цены на продукт (услугу). Внутренняя эффективность означает способность фирмы производить продукт или услугу с высокой производительностью труда и рациональным использованием ресурсов. Рыночная эффективность говорит о том, что рынок по отношению к продукту или услуге фирмы устойчив и, при прочих равных условиях, сбыт гарантирован или, по крайней мере, потенциально возможен. Гармония трех указанных факторов во многом зависит от предпринимателя, от его искусства и профессиональной подготовки.

Коммерческая прибыль будет получена тогда, когда фирма достигнет положительных результатов по всем трем составляющим факторам эффективности. Маркетинг в своей современной форме означает стремление к улучшению внешней эффективности фирмы, но это не может быть достигнуто в ущерб снижению рыночной эффективности. В то же время внутренняя эффективность имеет свои пределы, а исчерпание внутренних резервов ведет к банкротству фирмы.

При разработке коммерческой идеи поиск может вестись в различных направлениях. Например, важна не величина фирмы, а величина доли (ниши), занимаемой фирмой в определенном секторе рынка, которая, в свою очередь, ограничивается деятельностью конкурентов. Самое важное — находить те обстоятельства, которые позволяют добиться коммерческого успеха. Поиск может быть направлен на сокращение затрат фирмы путем увеличения серийности выпуска продукции, применения новой технологии, рационального использования рабочей силы, материалов. Снижение затрат имеет особое значение в тех отраслях, где очень трудно добиться превосходства по другим параметрам. Если не удается вступить в конкуренцию по качеству, то чаще всего предстоит конкуренция по ценам. Низкие затраты могут дать существенные преимущества в конкурентной борьбе.

Если у фирмы имеется оригинальная технология, которая отсутствует у конкурентов, то поиск новой коммерческой идеи может быть направлен на

оптимизацию использования этого преимущества, что позволит, например, устанавливать цены на основе лидерства в конкурентной борьбе. Тем не менее следует учитывать, что преимущество, основанное на применении уникальной технологии, не обязательно является главным козырем на рынке. Оригинальность технологии должна быть «видимой» для потребителя, то есть потребитель может извлечь ощутимую выгоду от приобретения и использования продукта, изготовленного по новой технологии.

В числе других возможностей поиска можно назвать такие, как производство нетрадиционных продукта или услуги, стабильное качество, специализация, высокий уровень персонала, быстрота реакции на новые потребности рынка, опыт в ведении конкурентной борьбы и др.

Развитие коммерческой идеи и превращение ее в стратегию фирмы связано с анализом глубинных факторов, оказывающих влияние на деловую активность фирмы и принимаемые решения. Стратегические решения должны носить такой характер, чтобы ожидаемые результаты были достижимы, по крайней мере, в том объеме, который обеспечит рентабельность фирмы. Это — одно из граничных условий для оценки разрабатываемой стратегии.

Анализ текущего положения фирмы необходим для корректировки выбранной стратегии и включает в себя оценку таких факторов как производственные возможности фирмы, экономика предприятия, ресурсное обеспечение, эффективность маркетинговых мероприятий, уровень делового администрирования, факторы результативности фирмы в прошлом периоде деятельности, позитивные и негативные стороны действующей стратегии. Очень важно произвести оценку факторов воздействия окружающей среды в целях избежания отрицательного влияния на деятельность фирмы. В этот комплекс входит оценка возможных рисков экономического, политического, социального и технологического характера.

С позиции положения фирмы на рынке следует провести сравнительную оценку результативности на различных сегментах и по отношению к деятельности и успехам конкурентов, их методам работы с потребителями и продвижению продукции на рынок.

Аналитическая работа должна быть достаточна для формирования стратегии. В этих целях весь комплекс анализов, прогнозов, оценок необходимо построить таким образом, чтобы выводы и резюме отвечали как минимум на следующие вопросы:

— В какой мере должны быть учтены прогнозные оценки?
— Как влияют данные прогноза на выбор стратегии?
— Насколько исчерпывающе учтены возможности фирмы?
— Какие мероприятия необходимы для нейтрализации возможных рисков?
— Что нужно сделать, чтобы укрепить сильные стороны фирмы и полноценно их использовать в коммерческой деятельности?
— Как устранить слабые стороны фирмы или как ослабить их негативное влияние?
— Каковы критерии для выбора альтернативных стратегий?
— Каковы критерии для отбора коммерческих идей?
— Соответствуют ли отобранные идеи и выбранная стратегия требованиям рынка, доступности ресурсов, уровню профессионализма персонала фирмы?

— Достаточны ли выводы для четкого формирования стратегии и разработки на ее основе планов деятельности фирмы и маркетинговой программы?

Стратегические решения принимаются на трех уровнях, а именно:

А. Первый уровень — уровень продукта/услуги.

Решения о:

— параметрах продукта и его ассортименте;
— качестве продукта;
— технологии производства;
— торговом знаке, торговом наименовании (возможно стандартное исполнение);
— ценах, скидках, накидках.

Б. Второй уровень — уровень рынка.

Решения о:

— выборе рынка и сегментов;
— методах обслуживания;
— каналах дистрибуции;
— способах интеграции систем обслуживания;
— системах логистики.

В. Третий уровень — уровень фирмы.

Решения об:

— эффективности использования средств;
— платежеспособности;
— степени допустимого риска;
— системе управления;
— стратегии и тактике;
— гармонизации трех уровней.

Формирование стратегии, по сути дела, означает принятие стратегических решений в сфере деловой активности фирмы, направленных на завоевание и удержание рынков, то есть речь идет о конкуренции и конкурентной борьбе. Поэтому принимаемые стратегические решения и называют стратегией конкурентной борьбы.

В зависимости от используемых стратегических преимуществ и классификации рынков различают несколько основных видов стратегий, хотя на практике применяется значительно большее количество, что объясняется комбинированием параметров основных видов стратегий. Приведем некоторые примеры наиболее распространенных стратегий.

Стратегия лидера по продукту (услуге) возможна, когда фирма обладает продуктом, существенно отличным от продуктов-конкурентов, и потребитель готов платить за это отличие более высокую цену. При такой стратегии основными факторами успеха являются новизна, качество, хорошая репутация, творческий подход к организации коммерческой работы и умелый активный маркетинг. Лидер по продукту поддерживает достаточно высокий ценовой уровень и избегает ценовой конкуренции. Главные средства конкурентной борьбы — новизна продукта и активный маркетинг.

Стратегия лидера по низкому уровню удельных затрат на единицу продукции позволяет фирме вести активную ценовую политику и выигрывать ценовую конкуренцию, но такая стратегия предполагает владение большим сектором рынка и значительным объемом производства, возможность создавать высоко-

эффективные производственные системы и инвестировать большие средства в обновление производства, маркетинг и дистрибуцию.

Стратегия фокусирования коммерческой деятельности на определенном продукте или услуге для узкого сектора рынка или для конкретного сегмента потребителей, что предполагает точный учет потребностей данного избранного рынка. В этом случае фирме приходится идти на некоторый компромисс между ростом объемов продаж и рентабельностью.

Стратегия фокусирования может быть применена и лидером по продукту, и лидером по низким затратам в различной комбинации параметров, характерных для этих видов стратегий. Лидер по продукту часто применяет стратегию последовательного прохода по сегментам рынка, сохраняя высокий уровень цен.

Само сегментирование рынка тоже используется в качестве основы для разработки стратегии. Например, стратегия выборочного сегментирования предполагает работу фирмы одновременно в нескольких сегментах с разработкой продукта под требования каждого сегмента; стратегия концентрированного маркетинга предусматривает работу фирмы на одном-двух сегментах с целью прочно удерживать лидерство на них за счет глубокого изучения всех особенностей потребителей и поддержания высокого уровня репутации своей фирмы. Возможно также применение стратегии без сегментирования рынка. При этом основное внимание обращается на те потребности покупателей, которые являются общими для всех, и маркетинг ориентирован на большое число сегментов рынка без учета их особенностей.

Резюме

В условиях рыночного хозяйства формирование коммерческой идеи, отбор идей и разработка на их основе стратегии и тактики коммерческой деятельности предприятия, фирмы и других коммерческих структур осуществляются с помощью глубокого анализа всего комплекса факторов и параметров, характеризующих проблемы и потребности потенциальных покупателей, внешнее воздействие на предпринимателей и сферу их деловой активности, возможности предприятия в области производства, технологии, маркетинга, управления, информации, квалификации персонала. Прогнозы, анализы, оценки позволяют с учетом реальной ситуации на рынке и собственных возможностей, сил и средств принять стратегические решения по направлению, объемам и методам предстоящей и перспективной коммерческой деятельности, обеспечивающей эффективную и рентабельную работу фирмы.

Основные понятия

Стратегическое управление — процесс управления предприятием, фирмой и другими структурами на основе профессионального учета

результатов прогнозов и анализов состояния рынка и собственного потенциала в целях создания и поддержания конкурентоспособности и эффективной деятельности предприятия.

Коммерческая идея — способ сопряжения, гармонизации различных факторов, характеризующих рынок, продукт и возможности предприятия, в целях формирования рационального и эффективного направления коммерческой деятельности.

Стратегия конкурентной борьбы — совокупность стратегических решений по управлению коммерческой деятельностью предприятия, обеспечивающая его конкурентоспособность в целях завоевания и удержания рынков.

Вопросы для самопроверки

1. *В чем заключается формирование стратегии управления предприятием?*
2. *Какие факторы будущих рисков необходимо учитывать при анализе окружающей рыночной среды?*
3. *Перечислите основные принципы коммерческой идеи деятельности фирмы.*

Литература

1. **Котлер Ф.** Основы маркетинга. — М., 1990.
2. **Ламбен Ж.-Ж.** Стратегический маркетинг: европейская перспектива. — СПб., 1996.
3. **Романов А.Н. и др.** Маркетинг: учебник. — М., 1995.
4. **Соловьев В., Рыбалкин В., Дякин Б.** Основы рыночного хозяйства. — М., 1992.
5. **Жих Е., Панкрухин А., Соловьев В.** Маркетинг: как завоевать рынок. — Л., 1991.
6. **Краткий внешнеэкономический словарь-справочник**. — М., 1996.

Глава 24

Экономический анализ в системе маркетинга фирмы

Результативная коммерческая деятельность фирмы в значительной мере определяется глубиной и качеством планирования маркетинга на основе выбранной стратегии. Процесс формирования стратегии связан с использованием большого числа прогнозных оценок и анализов, но стратегия может быть принята на долгосрочный период, в то время как маркетинговые мероприятия должны осуществляться ежедневно с учетом текущей ситуации как во внешней среде, так и внутри самой фирмы. Понятно, что такое положение дел требует применения непрерывного планирования всего комплекса, связанного с маркетинговой деятельностью, осуществление которого невозможно без текущего экономического анализа. Процесс планирования маркетинга представляет собой замкнутый цикл, состоящий из следующих этапов:

— анализ исходного положения;
— корректировка стратегии и тактики с учетом результатов анализа;
— постановка текущих целей и задач;
— разработка и принятие плана деятельности;
— реализация плана;
— контроль и обобщение результатов выполнения плана;
— подготовка информации о текущих изменениях во внешней и внутренней среде на основе контроля выполнения плана;
— внесение изменений в результаты анализа исходного положения.

Цикл замкнут, процесс начинает новый круг, обеспечивая таким образом непрерывное планирование деятельности и надежный учет постоянных изменений по всему комплексу предпринимательской активности, что и является гарантией успешного функционирования фирмы.

Анализ исходного положения фирмы начинается со сбора информации. Предприятие нуждается в разнообразной информации, получаемой как из внутренних, так и из внешних по отношению к предприятию источников. Отсутствие достоверной информации может серьезно осложнить деятельность фирмы. Интуитивные соображения и догадки при принятии решений и разработке планов лишают фирму надежд на коммерческий успех.

Разумеется, информация необходима всем структурам управления, но особенно велика потребность в информации в области маркетинга. Специалист по маркетингу должен располагать сведениями о формировании рынка, его емкости, потребителях. Эти минимальные требования должны быть удовлетворены для того, чтобы получить возможность выхода на рынок. Однако их явно недостаточно для эффективной торговли. Маркетинговая информация включает в

себя прогноз сбыта, данные о целевых группах потребителей, конкретизацию целей и задач маркетингового плана, решения о маркетинговых мероприятиях и по управлению маркетингом, данные по плановому объему продаж и обслуживанию, динамику рынка, степень насыщенности рынка, данные о конкурентной среде, изменения социально-политических факторов и законодательной базы. Указанная информация подлежит тщательному анализу в целях использования результатов анализов в разработке плана маркетинговых мероприятий.

Объектом анализа на стадии планирования является также собственная хозяйственная деятельность, включая соответствие практических результатов общим замыслам руководства фирмы, экономические показатели по рентабельности, прибыли, использованию материальных и интеллектуальных ресурсов и другим параметрам.

Содержание анализов решающим образом зависит от характерных особенностей каждого отдельного предприятия и его непосредственного окружения. Вместе с тем можно рекомендовать не делать слишком трудоемких анализов. Необходимо уделять внимание коэффициенту эффективности затрат, то есть соотношению затрат и полученных результатов. Объем аналитической работы должен быть достаточен для быстрой по времени разработки текущих планов и принятия коммерческих решений.

Так, например, для оценки конкурентной среды необходимы данные о размерах конкурирующих фирм, характерных особенностях товаров конкурентов и их ассортименте, применяемых маркетинговых стратегиях, производственных мощностях, ресурсном обеспечении, каналах товародвижения, действенности рекламной кампании и т.д. Понятно, что речь идет о значительных объемах аналитической работы. Минимальные требования в отношении конкурентной среды — число конкурентов, их доля на рынке, основные данные о товарах и характер конкуренции.

Предприятие не может ограничиться изучением только рыночной и конкурентной ситуаций. Необходимо отслеживать изменения макроэкономической среды той страны, в рамках которой осуществляется предпринимательская деятельность. Немаловажно вести наблюдение за предписаниями законодательных органов, особенно в отношении норм и правил торговли, стандартов, нормативов, за возможностью применения технических и технологических нововведений. Общий политический климат, изменения социального статуса населения, его доходов и запросов — это еще одна область обязательной аналитической работы.

Резюме

Маркетинг — важная составляющая коммерческого успеха. От глубины и тщательности планирования маркетинговых мероприятий зависят конкретные результаты работы фирмы на рынке, экономическая устойчивость фирмы и ее способность противостоять натиску конкурентов. Залогом надежности планов маркетинга являются достоверная информация, ее оперативная обработка в виде прогнозов,

анализов и оценок и умение использовать их результаты в процессе планирования.

Основные понятия

Планирование маркетинга — процесс разработки конкретных маркетинговых мероприятий на основе стратегических решений, оперативной информации и текущих экономических анализов.

Система планов маркетинга — взаимосвязанная система, состоящая из концепции маркетинговой деятельности, объектов планирования, кратко-, средне- и долгосрочных планов.

Вопросы для самопроверки

1. *Назовите основные этапы маркетинговой деятельности фирмы.*
2. *Какие моменты необходимо выделить в рамках анализа конкурентной среды?*

Литература

1. **Макконнелл К.Р., Брю С.Л.** Экономикс. В 2-х томах. — М., 1991.
2. **Правила рынка** / Под ред. В.Д. Щетинина. — М., 1996.
3. **Hirschey M., Pappas J.L.** Fundamentals of Managerial Economics. — N.Y., 1992.

Послесловие

Воспользовавшись этим учебником, вы, вероятно, поняли новизну авторских подходов, предполагающих тесную взаимосвязь и одновременно разграничение трех основных уровней анализа экономики: страна—рынок—фирма. Это наиболее соответствует реалиям рыночного хозяйства, позволяет комплексно и обоснованно оценить результаты и показатели деятельности на всех уровнях, определить перспективы и разработать соответствующие программы. Чтобы успешно идти вперед, необходимо выявить узкие места, недостатки и ошибки, установить их причины, изыскать резервы. Анализ необходим не сам по себе, а как обязательная предпосылка дальнейших действий, составляющая эффективного менеджмента. Современная экономика — явление сложное, многофакторное. На нее все большее воздействие оказывает процесс глобализации. Ранее приемлемый и оправданный анализ хозяйственной деятельности предприятия становится в новых условиях недостаточным и малоэффективным. Эта деятельность, ее результаты прямо зависят от рынка. С другой стороны, резко возрастает потребность в оперативности информации, ее ускоренной аналитической обработке. Сегодня серьезный экономический анализ практически невозможен без применения компьютерной техники, внедрения соответствующих программ и моделей. Думается, что предложенный вам курс анализа экономики создает основу для компьютер-

ного моделирования учебного процесса и практической деятельности в этой области, учитывающих требования рыночного хозяйства. Первые шаги по внедрению компьютерной модели анализа национальной экономики уже предприняты в Дипломатической академии МИД России.

Приложения

Приложение 1

Таблица 1

Франция. Основные экономические показатели, 1985–1996 годы

	Показатели	1985 г.	1986 г.	1990 г.	1995 г.	1996 г.
I.	Валовой внутренний продукт (ВВП/GDP), в том числе:	4 700,1	5 069,3	6 509,5	7 662,4	7 865,5
1	Личное конечное потребление	2 858,4	3 049,5	3 861,3	4 586,6	4 767,1
2	Валовые внутренние инвестиции	905,3	977,5	1 391,4	1 374,8	1 376,4
3	Государственные закупки товаров и услуг	923,0	972,8	1 187,7	1 495,6	1 545,1
4	Изменение запасов	–17,9	17,2	70,9	23,7	–27,7
5	Чистый экспорт	31,3	52,3	–1,8	181,5	204,6
II.	Валовой национальный продукт (ВНП/GNP) (I — I.5)	4 731,4	5 121,6	6 507,7	7 843,9	8 070,1
III.	ВВП (в ценах 1980 г.)	3 028,4	3 104,6	3 545,1	3 743,4	3 798,0
IV.	ВВП по видам деятельности:					
1	Сельское хозяйство, лесное хозяйство, рыбное хозяйство		189,5			180,3
2	Добывающая, обрабатывающая, газовая промышленность		1 273,8			1 684,5
3	Строительство		263,0			346,7

Показатели		1985 г.	1986 г.	1990 г.	1995 г.	1996 г.
4	Услуги		2291,8			3 936,8
5	Налог на импорт, НДС за вычетом обложения банковских услуг		205,9			344,8
6	Неторгуемый ВВП		845,3			1 372,5
V.	Промышленное производство Всего (1990 г. = 100), в том числе:			100,0	99,4	100,0
1	Сельское хозяйство и продовольствие			100,0	107,8	109,1
2	Инвестиционные товары			100,0	85,3	86,0
3	Потребительские товары			100,0	97,7	96,3
4	Межотраслевые товары			100,0	100,5	100,2
5	Автомобильная промышленность			100,0	103,5	104,8
6	Энергетика			100,0	114,0	118,4
7	Обрабатывающая промышленность			100,0	97,6	97,8
8	Строительство			100,0	92,7	89,3
VI.	Внутренняя торговля (1990 г. = 100)			100,0	106,9	108,5
VII.	Труд					
1	Число занятых, тыс. человек:					
	— в промышленности				13 324	13 327
	— в сфере рыночных услуг				7 982	8 098
	— в обрабатывающей промышленности				4 160	4 098
2	Число зарегистрированных безработных:					
	— тысяч человек				2 976	3 063
	— процентов от безработных				11,6	12,3
VII.	Заработная плата					
1	Почасовая заработная плата наемных рабочих (1990 г. = 100)			100	116,1	119,0
2	Стоимость рабочей силы			100	116,0	118

Показатели		1985 г.	1986 г.	1990 г.	1995 г.	1996 г.
IX.	Цены					
1	Цены производителей: сельскохозяйственные товары (1990 г. = 100)			100	89,5	89,3
	— нефтепродукты			100	102,8	113,5
2	Потребительские цены:					
	— все товары и услуги			100	111,6	113,8
	— все товары и услуги, кроме продовольственных товаров			100	112,7	115,2
	— продовольственные товары			100	108,8	110,4
	— топливо			100	116,5	118,8
	— услуги без квартплаты			100	116,5	118,8
	— квартплата			100	121,5	124,4
	— в Париже (всего)			100	112,4	114,6
X.	Внутренние финансы, млрд. франков (на конец года)					
1	Денежный агрегат М1				1 799,7	1 808,8
2	Денежный агрегат М3				5 463,4	5 289,0
3	Инвестиционный агрегат				1 632,2	1 916,3
4	Внутренний долг				3 194	3 486
XI.	Ставка процента					
1	Текущий процент				5,01	3,29
2	Гарантированные государственные обязательства				6,89	5,83
3	Негарантированные обязательства				7,15	5,75
4	PIBOR				6,58	3,94
XII.	Курс акций (1990 г. = 100)			100	103	118
XIII.	Внешние финансы					
1	Курс валюты (американские центы / французские франки)				20 408	19 295
XIV.	Внешняя торговля, млрд. франков					
1	Импорт				112,41	115,19
2	Экспорт				118,01	112,82
3	Сальдо				5,6	7,63

Показатели		1985 г.	1986 г.	1990 г.	1995 г.	1996 г.
XV.	Баланс платежей, млрд. франков					
1	Текущий баланс				54,9	76,5
	— внешнеторговое сальдо				89,5	83,2
	— услуги (чистые)				–41,0	–10,0
	— чистые доходы				–48,9	–44,8
	— чистые трансферты				54,5	105,0
2	Счет инвестиций				–37,7	–109,6
3	Изменение официальных резервов				–3,6	–1,2
4	Потери и убыли				–16,7	4,6

Источники: **Main Economic Indicators. OECD.** — 1997. — Aug.; **Quarterly National Accounts. OECD.** — 1997. — № 1.

Таблица 2

США. Основные макроэкономические показатели, 1970–1997 годы
(в млрд. долл.)

№ Инд п/п			1970 г.	1980 г.	1990 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.
I	Валовой национальный продукт — ВНП (GNP), в том числе:		1 015,5	2 732,6	5 672,9	7 148,9	7 487,3	7 758,1
	1	чистый экспорт	8,0	32,7	–70,9	–94,7	–98,8	–111,9
II	Валовой внутренний продукт — ВВП (GDP), в том числе:		1 007,5	2 699,9	5 743,8	7 253,6	7 576,1	7 866,0
	1	расходы на личное потребление конечных товаров и услуг	640,0	1 730,4	3 839,3	4 924,9	5 151,4	5 346,4
	2	валовые внутренние инвестиции	148,8	437,0	991,1	1 250,2	1 334,9	1 384,6
	3	государственные конечные расходы	218,2	530,3	976,6	1 136,4	1 173,9	1 195,4
	4	изменение запасов	1,5	2,2	8,1	37,0	15,4	51,0

№ Инд п/п		1970 г.	1980 г.	1990 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.
II A	Возмещение основного капитала	88,8	303,8	602,0	751,2	760,2	765,9
III	Чистый внутренний продукт — ЧВП (PDP)	917,7	2 396,1	5 141,8	6 502,4	6 815,9	7 100,1
III A	Косвенные налоги	94,0	224,6	466,4	609,7	615,8	631,0
IV	Национальный доход — НД (NI)	832,6	2 138,8	4 982,3	6 285,1	6 305,6	6 319,7
IV A	Чистые трансферты от «остального мира»	–6,8	–12,5	–28,5	–34,9	–33,5	–36,1
V	Располагаемый национальный доход — РНД (NDI)	823,8	2 126,3	4 953,8	6 250,3	6 272,1	6 283,6
V A	Конечное потребление	772,8	1 973,1	4 695,5	5 892,9	5 910,1	5 918,5
VI	Чистые сбережения[13] — ЧС (NS)	356,1	72,1	241,0	358,8	367,0	375,3
VI A	Изменение текущих внешних трансфертов	–15,1	–30,1	–78,6	–136,3	–136,0	–137,2
VII	Чистые инвестиции	385,5		337,0	493,6	495,2	502,1
VIII	Валовой внутренний продукт — ВВП в ценах 1993 г.				6 742,1	6 928,4	7 017,3
IX	Дефлятор ВНП (1990 г. = 100)			100	115,1	117,7	119,2

Таблица составлена В.Е. Рыбалкиным по данным **Макконнелл К.Р., Брю С.Л.** Экономикс. — М., 1991; **Main Economic Indicators**. — P., 1997. — Aug.; **Quarterly National Accounts**. — P., 1997. — № 1; **National Accounts**, 1983–1995. — P., 1997.

[13] Некоторые расхождения в расчетных показателях связаны со статистическими поправками.

Таблица 3

Россия. Производство и использование валового внутреннего продукта

	1989 г.	1990 г.	1991 г.	1992 г.	1993 г.	1994 г.	1995 г.	1996 г.
I. Производство ВВП в 1989–1997 гг. (млрд. руб. в текущих ценах)[14]								
Валовой внутренний продукт — ВВП (в текущих ценах)	573	644	1 400	19 000	171 510	611 000	1 659 000	2 256 000
II. Производство ВВП в 1995–1996 гг.								
Валовой внутренний продукт — ВВП. Всего в том числе:							1631	2 256
— производство товаров							755	966
— производство услуг							746	1 117
— чистые налоги на продукты, экспорт и импорт							130	174
Дефлятор ВВП (в % к предыдущему году)							278	147
Реальный ВВП (в % к предыдущему году)							96	94
III. Использование ВВП (в текущих ценах, в % к итогу)								
Валовой внутренний продукт (ВВП). Всего							100	100
В том числе расходы на конечное потребление, из них:							69,6	71,4
— домашних хозяйств							47,6	49,2
— госучреждений и некоммерческих организаций							22,0	22,2
Валовое накопление							26,2	24,8
основного капитала							20,6	20,0
Изменение запасов оборотных средств							5,6	4,7
Сальдо экспортно-импортных операций							4,2	3,0

Таблицы составлены В.Е. Рыбалкиным по данным: **Россия — 1997. Экономическая конъюнктура**. — М., 1997; **Обзор экономики России 1997**. — М., 1997.

[14] ВВП РФ рассчитан производственным методом, то есть как разность между валовым выпуском товаров и услуг и промежуточным потреблением, что соответствует сумме добавленных стоимостей в отраслях экономики.

Приложение 2

Структура счетов СНС

Таблица 1

1. Счет продуктов и услуг

Ресурсы	Использование
1. Валовой выпуск продуктов и услуг	1. Промежуточное потребление продуктов и услуг
2. Импорт продуктов и услуг	2. Конечное потребление продуктов и услуг
3. Чистые налоги (+) или чистые субсидии (-) на продукты	3. Валовое накопление основных фондов (капитала)
4. Чистые налоги на импорт товаров и услуг	4. Изменение запасов материальных оборотных средств
	5. Экспорт товаров и услуг
Всего:	***Всего:***

2. Счет производства

Ресурсы	Использование
1. Валовой выпуск продуктов и услуг	1. Промежуточное потребление продуктов и услуг
2. Чистые налоги (+) или чистые субсидии (-) на продукты	2. Валовой внутренний продукт (ВВП) в рыночных ценах
3. Чистые налоги на импорт товаров и услуг	
Всего:	***Всего:***

3. Счет образования дохода

Ресурсы	Использование
1. Валовой внутренний продукт в рыночных ценах	1. Оплата труда работников
2. Субсидии на производство (продукты) и импорт	2. Налоги на производство (продукты) и импорт
в том числе:	в том числе:
— на производство (продукты), из них:	— на производство (продукты), из них:
— на продукты	— на продукты
— на собственно производство	— на собственно производство

— на импорт	— на импорт
	Валовая прибыль/Валовой смешанный доход, в том числе:
	— потребление основного капитала
	— чистая прибыль/чистый смешанный доход
Всего:	***Всего:***

4. Счет распределения дохода

Ресурсы	Использование
1. Валовая прибыль/валовой смешанный доход	1. Субсидии на производство и импорт
2. Оплата труда работников	2. Доходы от собственности, переданные «остальному миру»
3. Налоги на производство и импорт	3. Текущие трансферты, уплаченные «остальному миру»
4. Доходы от собственности, полученные от «остального мира»	4. Валовой располагаемый национальный доход
5. Текущие трансферты, полученные от «остального мира»	
Всего:	***Всего:***

5. Счет использования дохода

Ресурсы	Использование
1. Валовой располагаемый национальный доход	1. Расходы на конечное национальное потребление, в том числе:
	— домашних хозяйств
	— государственных учреждений
	— негосударственных некоммерческих организаций, обслуживающих хозяйства
	2. Валовое национальное сбережение
Всего:	***Всего:***

6. Счет капитальных затрат

Ресурсы	Использование
1. Валовое национальное сбережение	1. Валовое накопление основного капитала

2. Капитальные трансферты, полученные от «остального мира»	2. Изменение запасов оборотных средств
	3. Чистые покупки земли и нематериальных активов
	4. Капитальные трансферты, переданные «остальному миру»
	5. Чистые кредиты (+) или чистые долги (-)
Всего:	***Всего:***

7. Счет текущих операций «остального мира»

Ресурсы	Использование
1. Импорт продуктов и услуг	1. Экспорт продуктов и услуг
2. Конечное личное потребление «резидентов» за рубежом	2. Конечное потребление «нерезидентов» в стране
3. Оплата труда работников-«нерезидентов» «резидентами»	3. Оплата труда «резидентов» нанимателями-«нерезидентами»
4. Налоги на производство (продукты) и импорт, уплаченные «остальному миру»	4. Субсидии на производство и импорт, полученные от «остального мира»
5. Доходы от собственности, уплаченные «остальному миру»	5. Доходы от собственности, полученные от «остального мира»
6. Текущие трансферты, уплаченные «остальному миру»	6. Текущие трансферты, полученные от «остального мира»
7. Сальдо текущих операций с «остальным миром»	
Всего:	***Всего:***

8. Счет капитальных затрат «остального мира»

Ресурсы	Использование
1. Капитальные трансферты, переданные «остальному миру»	1. Сальдо текущих операций с «остальным миром»
2. Чистые кредиты (+) или чистые долги (-)	2. Чистые покупки земли и нематериальных активов у «остального мира»
	3. Капитальные трансферты, полученные от «остального мира»
Всего:	***Всего:***

Приложение 3

Схема 1

Внешние и внутренние факторы предпринимательской деятельности

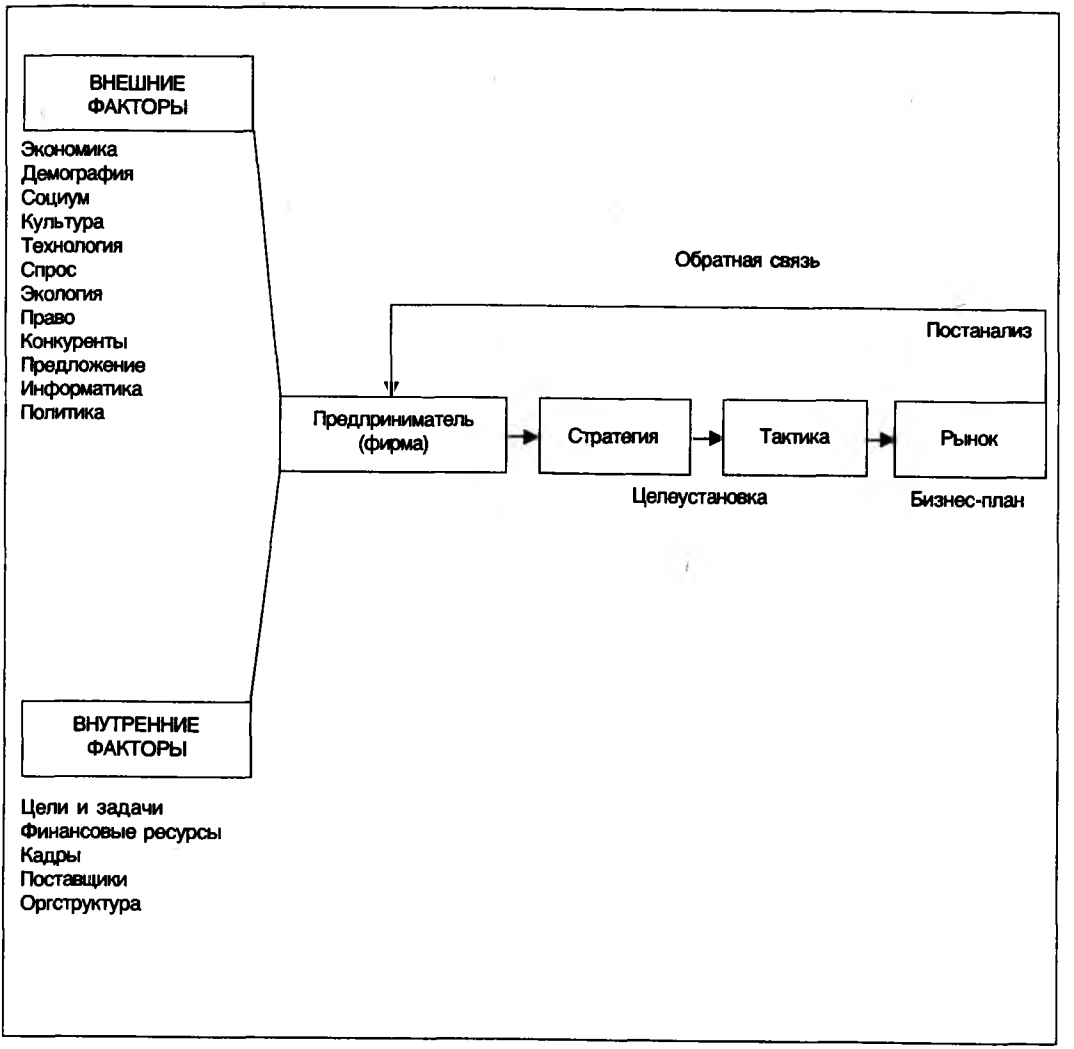
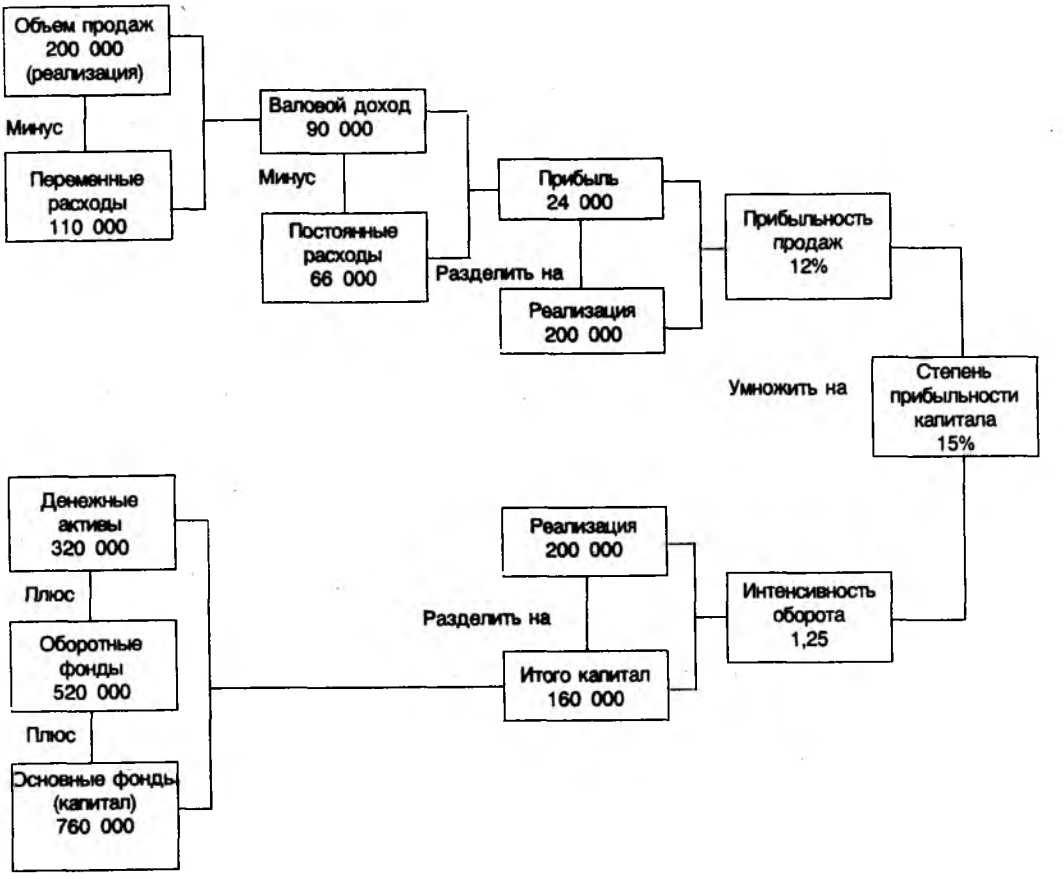


Схема 2

Степень прибыльности капитала
(в рублях, цены условные)



Приложение 4

Таблица 1

Счет доходов и расходов АО «Роспластик» в 1997 году по месяцам
(в млн. руб.; цифры условные)

Основные статьи доходов или расходов	Месяцы года												Итого за год
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VII	IX	X	XI	XII	
Доходы от продаж	500	600	700	900	900	900	1 000	1 050	1 050	1 100	1 200	1 250	11 150
Себестоимость (издержки) реализованной продукции[15]	360	440	500	640	600	600	680	710	700	740	820	860	7 650
Валовая прибыль	140	160	200	260	300	300	320	340	350	360	380	390	3 500
Эксплуатационные издержки, всего[16], в том числе:	198	212	224	245	248	248	286	334	294	311	353	375	3 328
— торговые	30	41	46	60	60	60	75	78	78	83	90	95	796
— реклама	15	18	19	25	25	25	30	70[17]	30	35	40	45	150
— зарплата	65	65	68	68	68	68	80	80	80	83	95	100	920
— канцелярские, орг. принадлежности	6	6	7	8	8	8	9	10	10	12	14	15	113
— аренда помещения	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	30	30	260
— коммунальные услуги	3	3	4	4	6	6	7	7	7	8	9	11	75
— страховка	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	6	6	38
— налоги	11	11	12	12	12	12	16	16	16	17	19	20	174
— проценты	12	12	12	12	12	12	12	15	15	15	15	15	159
— амортизация	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	396
— прочие	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	5	20
Остаток прибыли до уплаты налогов	–58	–52	–24	15	52	52	34	6	56	49	27	15	172
Налог на прибыль	0	0	0	3	10,4	10,4	6,8	1,2	11,2	9,8	5,4	3	61
Чистая прибыль	–58	–52	–24	12	41,6	41,6	27,2	4,8	44,8	39,2	21,6	12	110,8

Примечание. 1997 год был первым годом деятельности АО «Роспластик», что объясняет приведенную динамику затрат и формирования прибыли.

---

[15] Под себестоимостью понимаются затраты на производство продукции или ее приобретение для последующей реализации.

[16] Под этим понимаются расходы фирмы, связанные с реализацией произведенных или приобретенных для продажи товаров.

[17] Участие в выставке-ярмарке.

Таблица 2

Счет денежных поступлений и выплат АО «Роспластик» в 1997 году по месяцам
(в млн. руб.; цифры условные)

Основные статьи доходов или расходов	Месяцы года												Итого за год
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	
Поступления от продаж	250	470	570	820	900	900	960	1 030	1 050	1 080	1 110	1 230	10 370
Платежи — всего, в том числе:	1 371	1 513,5	1 022	733,5	730	722	815	921	866	918,5	1 020,5	1 090	11 724
— оборудование	1 000	1 000	400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 400
— сырье и материалы	208	324	408	512	508	500	554	614	602	632	704	752	6 318
— торговые издержки	15	35,5	53,5	53	60	60	67,5	76,5	78	80,5	85,5	92,5	757,5
— реклама	15	18	19	25	25	25	30	70	30	35	40	45	377
— зарплата	65	65	68	68	68	68	80	80	80	83	95	100	920
— канцелярские, орг. принадлежности	3	6	6,5	7,5	8	8	8,5	9,5	10	11	13	14,5	105,5
— аренда помещения	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	30	30	260
— коммунальные услуги	3	3	4	4	6	6	7	7	7	8	9	11	75
— страховка	8	8	8	0	0	0	0	5	0	0	0	0	29
— налоги	8	8	9	18	9	9	22	13	13	23	15	16	163
— выплата долга и процентов	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	29	29	318
Прирост денежной наличности	–1 121	–1 043,5	–452	86,5	170	177	145	109	184	161,5	89,5	140	–1 354
Остаток на начало периода	2 850	1 719	665,5	2 035	190	256	334	379	385	466	524,5	564	10 368
Остаток на конец периода	1 729	675,5	213,5	2 121,5	360	433	479	126	569	627,5	614	704	8 652

Таблица 3

Отчетный баланс компании «Гамма Ltd.» на 31 декабря 1997 г.
(в млн. руб.; цифры условные)

Разделы и статьи баланса	Стоимость	Амортизация	Остаточная стоимость
Основной капитал (фонды)			
— земля	200		200
— сооружения	1 440	400	1 040
— оборудование	360	120	240
Всего	2000	520	1480
Оборотный капитал (фонды)			
— запасы	720		
— дебетовые счета	1 000		
— касса	200		
Краткосрочные долговые обязательства Всего		1 920	
— товарные кредиты		640	
Итого			1 280
Чистые вложенные активы			2 760
Финансирование за счет:			
— акционерного капитала			1 500
— резервов			760
— заемного капитала с 25%-ной ставкой			500
Общий вложенный капитал			2 760
I. Сбыт (объем продаж)			4 000
II. Издержки сбыта			3 000
III. Валовая прибыль (I – II = III)			1 000
IV. Расходы по компании			240
V. Прибыль до налогообложения (III – IV)			760
VI. Налог на прибыль			152
VII. Прибыль после уплаты налога			608

Примечание. Запас на 1 января 1997 г. — 880 млн. руб.; дивиденды по акциям — 20%; рыночная стоимость акции номиналом 100 тыс. руб. — 250 тыс. руб.

Таблица 4

Схема финансового отчета компании «Гамма Ltd.» за 1997 год
(примерный вариант)

Основные разделы и статьи		Единицы измерения
I.	Поступления от продаж	млн. руб.
II.	Платежи — всего, в том числе:	
1	Оплата руководящего состава	
	— директоров	
	— других ответственных руководителей	
	— президента (генерального директора)	
	— работников, получающих более 10 млн. руб.	
2	Оплата аудиторов	
3	Выплачиваемые проценты	
	— по долгосрочным кредитам	
	— по прочим кредитам	
4	Аренда сооружений и оборудования	
5	Амортизация	
6	Средства на обновление фондов	
III.	Неторговые доходы	
1	Доход от сдачи земли и сооружений в аренду	
2	Доход от инвестиций	
IV.	Сумма прибыли до выплаты налогов (валовая прибыль)	
1	Налог на прибыль	
V.	Прибыль после налогообложения (чистая прибыль)	
VI.	Распределение прибыли	
1	Резервы для погашения акций	
2	Резервы для погашения займов	
3	Перевод средств в общие резервы	
4	Выплата промежуточных дивидендов	
5	Предлагаемые окончательные дивиденды	
VII.	Нераспределенная прибыль	
VIII.	Доходы по акциям	
IX.	Акционерный капитал	
1	Привилегированные акции номиналом 100 тыс. руб.	
2	Обыкновенные акции номиналом 100 тыс. руб.	

	Основные разделы и статьи	Единицы измерения
3	Погашаемые привилегированные акции	
X.	Резервы	
1	Счет премий по акциям	
2	Капитальные резервы	
3	Общие резервы	
4	Счет прибылей и убытков	
XI.	Залоговый запас	
1	Долговые обязательства	
2	Займы (кредиты сроком более 5 лет)	
XII.	Налоги	
XIII.	Общая величина вложенного капитала	
1	Основной капитал	
	— собственная земля	
	— арендуемая земля	
	— здания	
	— сооружения	
	— оборудование	
	— неосязаемые активы	
2	Оборотный капитал	
	— ценные бумаги	
	— дебиторская задолженность за вычетом сомнительных долгов	
	— денежная наличность	
XIV.	Краткосрочные обязательства	
1	Кредиты	
2	Налоги	
3	Дивиденды	
XV.	Чистый работающий (действующий) капитал	
1	Подготовительные расходы	
2	Скидки с долговых обязательств	
3	Расходы на выпуск акций	
XV.	Вложенные чистые активы	

Примечание. Некоторые расхождения в расчетных показателях связаны со статистическими поправками.

Приложение 5

Маркетинг: принципы, формулы и аналитические таблицы

1. Принципы маркетинга

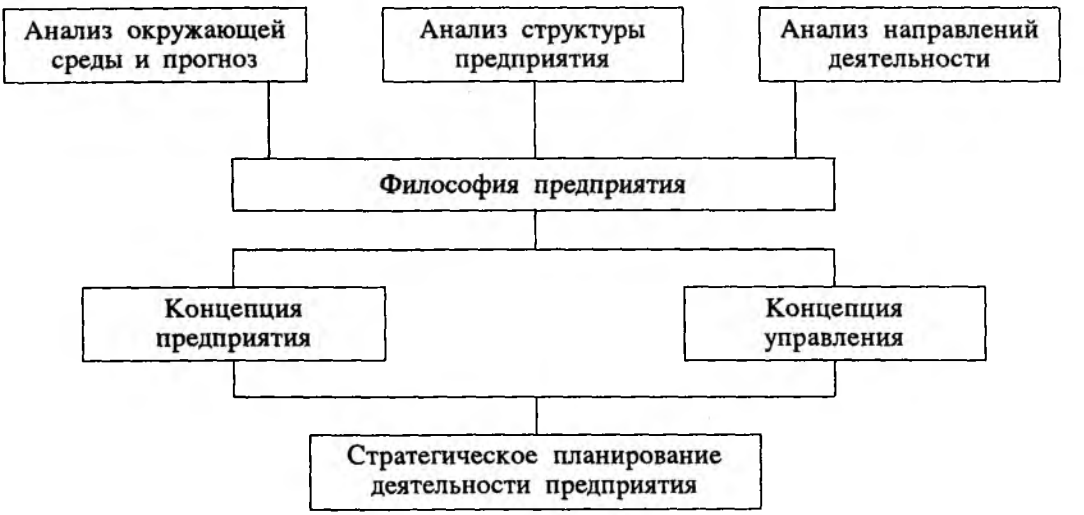
Маркетинг — это концепция управления предприятием, основанная на системной, планомерной организации работы фирмы по производству и сбыту продукции и услуг в целях удовлетворения потребностей рынка.

Маркетинг — это совокупность взаимосвязанных функций фирмы, ориентированных на выполнение задач по продвижению продукции и услуг на рынок потребителя.

Маркетинг охватывает все виды деятельности, направленные на осуществление меновых процессов.

2. Стратегическое планирование маркетинга

2.1. Процесс принятия решений



2.2. Стратегическая матрица роста

Рынки

ПРОДУКТЫ	старый рынок + старый продукт стратегия углубления	новый рынок + старый продукт стратегия интенсификации
	старый рынок + новый продукт стратегия развития ассортимента	новый рынок + новый продукт стратегия диверсификации

2.3. Нормативные стратегии

Работа на массовых рынках (большие сегменты):

А. Решение проблемы путем создания неповторимого эффекта.

В. Лидерство за счет снижения затрат и/или цен.

Работа на рыночных нишах (малые сегменты):

С. Решение проблемы путем концентрации усилий в нише.

Д. Лидерство в рыночной нише.

2.4. Стратегические анализы

2.4.1. Финансовые показатели:

а) коэффициенты ликвидности;
б) коэффициенты устойчивости;
в) коэффициенты деловой активности;
г) коэффициенты прибыльности.

2.4.2. План маркетинговых исследований

2.4.3. Анализ слабых и сильных сторон предприятия

ФАКТОРЫ УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	ОЦЕНКА									
	отрицательная			средняя				положительная		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Программа производства и сбыта										
Производственный потенциал										
Потенциал сбыта										
Исследования и развитие										
Закупочный потенциал										
Персонал										
Месторасположение фирмы										
Уровень затрат										
Финансовый потенциал										
Система управления										
Производительность труда										

Примечание: Перечень факторов при необходимости можно продолжить. Оценка производится по десятибалльной системе.

2.4.4. Анализ окружающей среды

Объекты анализа	**Содержание анализа**
Экологическая среда	Обеспеченность энергией Обеспеченность сырьем Тенденции в области охраны окружающей среды Использование вторичного сырья

Технология	Технология производства Внедрение новой продукции Замена технологии Технология использования вторичного сырья
Экономика	Динамика национального дохода Платежные балансы Валютные курсы Инфляция Рынки капитала Занятость Рынки инвестиций Конъюнктурные колебания Состояние внутренней и внешней торговли
Демографические и социальные тенденции	Структурные изменения населения Социально-психологический климат
Политические и правовые условия	Политические тенденции развития Экономическая политика Социальная политика Трудовое законодательство Влияние профсоюзов Степень свободы предпринимательства

2.4.5. Анализ конъюнктуры рынка

Ожидаемые последствия в случае продолжения работы по старой стратегии
Факторы, указывающие на снижение или рост емкости рынка
Динамика спроса на продукцию предприятия
Возможности сегментирования рынка, ранжирование сегментов
Оценка возможности экспорта на основных рынках
Динамика эффективности рынков по доходам на единицу затрат

2.4.6. Отраслевой конъюнктурный анализ

А. Какие отрасли являются основными потребителями продукции вашего предприятия и почему?

Б. Основные аргументы потребителей в пользу вашей продукции, а также возможные негативные оценки отдельных параметров.

В. Требования, предъявляемые к продукции и услугам вашей фирмы.

Г. По каким признакам можно определить потенциального потребителя?

Д. Требования рынка к системе дистрибуции и материально-техническому снабжению.
Е. Требования рынка по экономическим показателям продукции.
Ж. Возможные стратегические решения, вытекающие из отраслевого конъюнктурного анализа.

2.4.7. Анализ конкурентов

А. Перечень конкурентов вашего предприятия.
Б. Сильные и слабые стороны ваших конкурентов.
В. Маркетинговые стратегии, используемые конкурентами.
Г. Какова должна быть ваша стратегия относительно конкурентов?
Д. Какие новые конкуренты могут выйти на рынок или какие виды продукции могут заменить вашу продукцию?

2.4.8. Анализ факторов успеха и рисков

А. Оценка возможных факторов успеха:
— применение новой стратегии;
— использование слабых сторон конкурентов;
— выход на рынок с новой продукцией и т.д.
Б. Оценка рисков:
— опасные моменты, которые можно предвидеть;
— минимизация риска с помощью предупредительных мер;
— выявление новых ключевых проблем и т.д.

2.4.9. Формирование собственной позиции на рынке

А. Анализ факторов, обеспечивших ваш коммерческий успех в прошедшем периоде.
Б. Анализ факторов, принесших вам неудачу в прошлом или повлиявших на снижение ваших экономических показателей.
В. Отбор факторов, которые следует сохранить в будущем.
Г. Каковы особенности вашей новой позиции на рынке?

2.4.10. Анализы по методу «АВС»
(определение стоимостной и процентной доли)

— АВС — анализ продукции вашего предприятия.
— АВС — анализ потребителей.
— АВС — анализ рынков.

2.4.11.Расчет емкости рынков

— Расчет собственной абсолютной и относительной доли по каждому рынку.
— Расчет абсолютной и относительной доли основных конкурентов по каждому рынку.

2.4.12.Прогноз и оценка сценария выхода на рынок

— Разработка коммерческих идей.
— Выбор коммерческих идей.
— Формирование возможных стратегий.

2.4.13.Анализы по методу «Портфолио»

— Оценка привлекательности рынков.
— Оценка относительных преимуществ по конкурентоспособности (в табличной и графической форме).

2.4.14.Формирование стратегии

— Для каждого продукта на конкретном рынке.
— Для каждого продукта на конкретном сегменте рынка.
— Расчет планового объема продаж по каждой стратегической единице «продукт — рынок».
— Расчет эффективности по схеме «затраты — доход».

3. Исследования новых рынков

3.1. Предварительная селекция рынков по следующим оценочным критериям:

— уровень результативности работы на рынке конкурентов;
— степень известности и репутация рынка;
— отзывы о работе на рынке;
— географическое положение;
— язык и традиции;
— способ покупки, предпочтительный на данном рынке;
— соотношение спроса и предложения;
— характер конкуренции;
— возможный объем продаж;
— уровень цен;
— возможные потребители;
— платежеспособность;
— каналы товародвижения;
— соответствие вашего продукта требованиям рынка;
— аналоги вашего продукта местного производства;

— оценка затрат для освоения нового рынка;
— необходимая продолжительность по времени для освоения рынка.

3.2. Сбор данных о новом рынке

3.2.1. Общие данные

Сбор данных осуществляется по следующей схеме:
необходимая информация — характер данных — источник информации.

Необходимая информация: предписания по въезду, транспортные коммуникации, почтовые индексы, деловой язык, календарь, праздники, религия, обычаи, валюта и предписания по валютным операциям, макроэкономические показатели страны, международные политические и экономические отношения страны, экологические и демографические данные, законодательные требования и предписания по условиям торговли, таможенным пошлинам, налогам, трудовому праву и т.д.

3.2.2. Данные по товарной номенклатуре рынка:

— торговые марки и фирменные знаки, порядок их регистрации;
— стандарты и нормы, обязательные на рынке;
— действующие патенты на аналоги;
— технические требования к аналогичной продукции;
— порядок сертификации вашей продукции;
— требования к качеству, сроку службы, внешнему виду продукции, квалификации персонала, сервисному обслуживанию;
— особенности инжиниринга и консалтинга;
— ответственность за продаваемую продукцию.

3.2.3. Данные о рынке:

— емкость рынка;
— условия коммерческого успеха;
— транспортные плечи;
— уровень удовлетворения спроса в продукции вашего профиля;
— соотношение национальных и иностранных конкурентов;
— доля рынка, занимаемая конкурентами;
— каналы товародвижения;
— регионы сбыта;
— целесообразность создания представительства;
— использование консультантов, агентов, посредников;
— расходы по выходу на рынок;
— срок внедрения на рынок.

3.2.4. Данные по ценам и условиям торговли:

— платежеспособность;
— возможности кредитования сделок;
— уровень цен;
— политика установления цен конкурентами;
— сегментирование рынка;
— калькуляция затрат по экспорту;
— калькуляция затрат по производству в стране — импортере.

3.2.5. Данные по методам работы на рынке:

— способы создания имиджа;
— реклама в газетах, журналах;
— реклама электронными средствами;
— прямое рекламное письмо;
— выставки;
— симпозиумы;
— пресс-конференции;
— банки данных;
— проспекты;
— потребительская информация;
— сбытовая реклама;
— курсы обучения.

3.3. Источники информации:

— статистические справочники;
— отчеты международных организаций;
— специальные отраслевые журналы;
— отчеты и проспекты конкурентов;
— экономические газеты;
— отраслевые справочники;
— электронные банки данных;
— выставочные каталоги;
— специальные информационные службы;
— консалтинговые фирмы;
— банковская информация;
— налоговая статистика;
— сообщения информационных агентств и др.

Учебник

АНАЛИЗ ЭКОНОМИКИ

Страна, рынок, фирма

Под редакцией профессора
В.Е. Рыбалкина

Редактор *Э.А. Нестеренко*

Оформление художника *И.К. Дергуновой*

Художественный редактор *А.С. Скороход*

Технический редактор *Г.В. Лазарева*

Корректор *Л.Ф. Крылова*

Компьютерная верстка *Е.В. Мельниковой*

ЛР 010170 от 7 октября 1997 г.

Сдано в набор 27.07.98. Подписано в печать 25.01.99.
Формат 70×100 $^1/_{16}$. Бумага офсетная № 1.
Гарнитура «Таймс». Печать офсетная.
Усл. печ. л. 24,70. Уч.-изд. л. 21,93.
Тираж 7000 экз. Заказ № 1461.
Цена договорная.
Изд. № 4-э/98.

Издательство «Международные отношения»
107078, Москва, Садовая-Спасская, 20
Тел. отдела реализации: 975-30-09

Отпечатано с готового оригинал-макета
издательства «Международные отношения»
на Саратовском полиграфическом комбинате.
410004, г. Саратов, ул. Чернышевского, 59.

«Анализ экономики» - это не только оригинальный учебник для студентов по основным вопросам мировой и национальной экономики, маркетинга, оценки хозяйственной деятельности фирмы. Это нужное и полезное пособие для практиков, хозяйственных руководителей разных уровней, ориентирующее на достоверную оценку достигнутых результатов и постановку экономических задач. Это последовательный и компактный путеводитель для серьезных предпринимателей, менеджеров, государственных структур.

ISBN 5-7133-0968-1

9 785713 309688