

В соответствии с постановлением Госкомстата РФ малые предприятия ежеквартально предоставляют статистическим органам «Сведения об основных показателях деятельности малого предприятия» [3, 113].

Официальным документом, удостоверяющим право малого предприятия на применение упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности, является патент, выдаваемый сроком на один год налоговыми органами по месту постановки организаций на налоговый учет.

Действующая упрощенная система налогообложения для субъектов малого предпринимательства имеет ряд недостатков, которые делают невозможным или нецелесообразным ее применение малыми предприятиями.

Законодательно не проработана процедура перехода с традиционной на упрощенную систему налогообложения. Потребители продукции малого предприятия, перешедшего на такую систему налогообложения, не могут принять к зачету налог на добавленную стоимость. Многие владельцы малых предприятий отказываются от перехода на упрощенную систему налогообложения из-за необходимости предварительной уплаты налога в форме платы за патент.

На отдельных предприятиях хозяйственная деятельность требует тщательного ведения аналитического учета, а переход на упрощенную систему налогообложения приводит к утрате контроля за деятельностью предприятия.

Не снимает проблему налогообложения малых предприятий и введение единого налога на временный доход, который предусматривает перечисление авансовых платежей, а многие малые предприятия не имеют средств для их уплаты.

Трудность вызывает и то, что если предприятие помимо видов деятельности, с доходов от занятия которыми уплачивает единый налог, работает и по другим видам деятельности, то по этим видам оно должно уплачивать налоги в общеустановленном порядке, осуществляя раздельное ведение бухгалтерского учета результатов хозяйственной деятельности.

Устранить проблемы малого предпринимательства можно только при условии учета интересов государства, потребителей и субъектов предпринимательства. Поэтому, Правительству России следует разработать ряд законов и иных нормативных документов, которые оказали бы положительное влияние на решение проблем малого предпринимательства в стране.

Список литературы.

1. Баженов Ю.К. Малое предпринимательство: Практическое руководство организации и ведению малого бизнеса. - М., 1999.
2. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет. - М.: ИНФРА - М, 2002.
3. Макарьева В.И. Бухгалтерский учет и налогообложение малых предприятий. - М.: Налоговый вестник, 2002.

МЕТОДИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ШВЕЙНОГО РЫНКА

Л.А. Журавлева

*Новосибирский технологический институт
Московского государственного университета дизайна
и технологии*

Изучение регионального отраслевого рынка следует вести с учетом изменений, происходящих в структуре рынка, оценки роли и поведения основных его участников, определяющих ситуацию на данном рынке и его результативность.

В настоящее время в мировой практике наблюдается тенденция относительно вертикальной концентрации, когда крупные корпорации объединяют не только различные стадии производства сырья, полуфабрикатов и готовых изделий одной отрасли, но и предприятия отраслей-потребителей. Все чаще это дополняется горизонтальной концентрацией или диверсификацией, когда приобретаются или ставятся под контроль предприятия и фирмы, не имеющие прямого отношения к основному производственному профилю ведущей корпорации. В результате развития такого процесса промышленные компании становятся мощными диверсифицированными концернами с обширной и разнообразной номенклатурой выпускаемой продукции, что позволяет им успешнее ма-

неврировать в условиях динамично меняющейся рыночной ситуации. Переключая собственные производственные мощности, поглощая мелкие фирмы, такие предприятия могут быстро расширить производство той продукции, которая в данный момент пользуется наибольшим спросом и может принести максимальную прибыль.

Этот процесс не сводится только к увеличению номенклатуры изделий, выпускаемых отдельными предприятиями. За счет специализации производства номенклатура предприятия сокращается, а ее увеличение в рамках компании происходит путем поглощения других фирм, строительства новых предприятий, подчинения и специализации мелких производителей.

Под влиянием специализации происходит увеличение числа малых предприятий, что не подрывает позиции ведущих предприятий, а, наоборот, усиливает их. На основе кооперированных поставок и узкой специализации большинство мелких фирм втягиваются крупными предприятиями в сферу своего влияния. Такая производственная структура позволяет создавать продукцию, которая как по технико-экономическим параметрам, так и по коммерческим условиям поставки во многих случаях наиболее конкурентоспособна по сравнению с аналогичными товарами других стран.

Анализ структуры региональных отраслевых рынков предусматривает оценку положения на рынке ведущих фирм, степени их контроля над производством и реализацией товаров. Важны оценка степени диверсификации и специализации производства, изменений в межфирменных и межрегиональных связях, а также учет происходящих слияний, поглощений и банкротств.

Изучение структуры и степени монополизации региональных отраслевых рынков необходимо для правильного понимания происходящих изменений в условиях производства и обращения товаров. От количества фирм на региональных отраслевых рынках, их производственных, сбытовых и других возможностей зависит уровень конкуренции, уровень издержек производства, сроки поставки и др. [1, с.57]

При оценке структуры региональных отраслевых рынков степень концентрации производства не является единственно определяющей. В условиях развития внешнеэкономической деятельности в регионах все большую роль приобретают экспортно-импортные операции. Степень воздействия на конкурентную среду этих операций зависит от соотношения объема собственного производства, экспорта и импорта продукции и его объема, поставляемого на российские региональные рынки. Расширение доли импорта может приводить к ослаблению доминирующего положения крупных отечественных предприятий на региональных рынках.

Таким образом, степень развития конкурентной среды может быть оценена на основе системы критериев и показателей товарного предложения на рынке, учитывающего данные о производстве, внешнеэкономической деятельности в разрезе товарных групп и доли на рынке конкретных предприятий.

Для оценки конкурентной среды региональных отраслевых рынков, А.С. Новоселов предложил следующие критерии: число продавцов, которое должно быть настолько большим, насколько позволяет эффект масштаба; искусственные препятствия мобильности ресурсов и входу на рынок новых фирм; умеренная и чувствительная к изменению цен дифференциация предлагаемых товаров по качеству; отсутствие несправедливой или принудительной тактики поведения субъектов на рынке; правильная информация о продвижении товаров на рынок, не вводящая в заблуждение покупателей; отсутствие постоянной ценовой дискриминации; соответствие товаров требованиям потребителей (разнообразие, сроки использования, безопасность, надежность); цены, стимулирующие рациональный выбор, направляющие рынок на достижение равновесия и не усиливающие нестабильность; использование всех возможностей для внедрения технически более совершенных новых продуктов и производств. [2, с.131]

Региональный отраслевой рынок того или иного товара не является чем-то абсолютно замкнутым, поскольку приграничные участки рынков перекрывают друг друга, а их границы есть нечто условное. Выделение регионального отраслевого рынка это, прежде всего, выделение центра его тяготения. При определении примерных границ того или иного рынка должно учитываться соотношение уровня цен и транспортных издержек.

Регионализация рынка способствует большему сближению производства и потребления, развитию различных форм интеграции производства, оптовой и розничной торговли.

Механизм функционирования регионального отраслевого рынка – чрезвычайно сложная система, и описать ее во всех деталях не представляется возможным. Внешним проявлением рыночных отношений в регионе являются цены, которые определяют равновесие между предложением товаров и услуг и платежеспособным спросом населения. Динамика цен выражает сложнейшие социально-экономические процессы в регионе, связанные с процессами производства, распределения,

обмена и потребления в широком смысле слова. Безусловно, узловым моментом в этой воспроизводственной цепи причинно-следственных связей является региональный производственный процесс. Материальной основой регионального производства служат факторы производства. В соответствии с рыночной конъюнктурой региональное отраслевое производство предъявляет определенный спрос на факторы производства. При этом в современных условиях начинает играть важную роль их наличие в регионе. Что позволит создать наиболее оптимальную отраслевую цепочку или их систему.

Структура рынка не является экзогенным фактором экономики и подвержена влиянию поведения фирм, действующих на рынке. В современной литературе выделяют два основных типа поведения предприятия: пассивное и активное.

Пассивное поведение состоит в стремлении максимизировать достижение цели (целей) в рамках определенных ограничений. В первоначальной теории фирмы, фирма сталкивалась с набором условий по затратам. Структура рынка, форма и положение кривой спроса были заданы. Фирма пыталась максимизировать прибыль, пассивно принимая ограничения по затратам и спросу. Полностью пассивная политика включала в себя принятие последствий, которые могли содержать стабильную или снижающуюся прибыль и даже выход из отрасли.

В противоположность этому активное поведение подразумевает стремление модифицировать и (или) раздвигать ограничения во времени, таким образом, обеспечивая наилучшее достижение поставленных целей. Реклама, исследования и разработки, диверсификация и дифференциация продукта, сговор, поглощение и слияние – все это формы активного поведения, которые могут быть использованы для смягчения ограничений.[3, с. 36]

Существуют разные взгляды на относительную важность пассивного и активного поведения, определяющие применение того или иного подхода в различных обстоятельствах.

Рассмотренные нами методические подходы будут служить практической канвой для диагностики сложившегося состояния и развития местного швейного рынка (на примере г. Новосибирска и области).

Основными центрами швейного бизнеса в Сибири являются крупные областные города. Особое положение среди них занимает г. Новосибирск и область. Расположенные здесь швейные предприятия, согласно данным официальной статистики, производят около 1,6 % общенационального предложения швейных товаров. ОАО «Синар», единственное из сибирских производителей устойчиво занимает на протяжении последних лет двенадцатое место в рейтинге крупных российских швейных предприятий.

Расчётная ёмкость швейного рынка г. Новосибирска и области составляет 5 млрд. рублей. Участниками швейного рынка г. Новосибирска и области являются 200 с лишним предприятий. Из них крупных, с объемом годового товарооборота более 60 млн. руб. и выпуском продукции в натуральном выражении свыше 50 тыс. единиц в год – три.

Сравнительная характеристика участников, сделанная на основе внутрифирменной документации, статистических и экспертных данных, представлена в таблице 1.

Уровень концентрации трех крупных производителей швейных товаров составляет менее 10%, что ниже, чем на национальном рынке России почти на одну треть. И это без учета того, что одно из предприятий не относится к официально отслеживаемой группе производителей швейных изделий.

Структура швейного рынка г. Новосибирска и области по степени «прозрачности» для проведения анализа выглядит следующим образом: 22% - отслеживаемый рынок и 78% - не отслеживаемый рынок. Это является следствием того, что структура потребления на рассматриваемом рынке экспертами оценивается исходя из следующих пропорций: легальное производство – 15-20%; теневое производство – 15-20%; легальный импорт – 1-2%; теневой импорт – около 60-70%. Несмотря на то, что общая доля местных производителей швейных товаров возросла за последние четыре года в 1,75 раза, они не являются доминирующими участниками данного рынка в целом. В соответствии с этим играют слабую структурирующую роль в его формировании. Основной тактической линией как крупного, так и малого бизнеса выступает сегментная и нишевая дифференциация. Выбрав для себя определенные группы покупателей и товаров, они практически слабо пересекаются между собой. Это, с одной стороны, снижает уровень конкурентной борьбы между ними, а с другой – оставляет «не заполненной» 80% потенциальной емкости рынка. Именно в нее устремляется агрессивно продвигаемый поток швейных товаров, поставляемых не легально странами Юго-Восточной Азии.

Таблица 1 - Сравнительные характеристики основных групп участников швейного рынка г. Новосибирска и области

Характеристики:	Крупные предприятия	Средний бизнес	Малый бизнес
Кол-во предприятий, ед.	3	Н/Д	Свыше 200
Выпуск, млн. руб.	АО «Синар» - 290 ТД «Приз» - 100 АО «Северянка» - 78,5 Итого: 468,5	«Авелон» - около 40 «НДМ» - 27,5	Суммарный объем производства - 512
Количество занятых, чел	Менее 2000 человек	н/д	Более 4000 человек
Выручка на одного работника, тыс. рублей	АО «Синар» - 370,7 ТД «Приз» - н/д АО «Северянка» - 255,7	н/д	В среднем – 131
Рентабельность, %	АО «Синар» - 23% ТД «Приз» - н/д АО «Северянка» - 20%	АО «НДМ» - 17,5% «Авелон» - н/д	От 20 до 45%
Средняя заработная плата основных рабочих, руб.	АО «Синар» - 1400 руб. ТД «Приз» - 2300 руб. АО «Северянка» - 1450 руб.	н/д	2500 – 5000 руб.

Как показывают приведенные данные, последефолтовый период импортозамещения местными производителями одежды был использован недостаточно эффективно. Более того, он коснулся только части легального импорта, не задев, по сути, объемы нелегального импорта. Последний возрос по своей доле к 2001 году до 63% по сравнению с 60% в 1998 году.

Радикальные изменения в сложившейся структуре местного швейного рынка со стороны предложения, выдвигают необходимость выработки единой стратегии в его развитии со стороны всех отечественных предприятий, не зависимо от размеров их бизнеса. Однако практически данная тенденция не прослеживается, показывают результаты анкетирования.

Проведенный нами экспертный опрос среди руководителей высшего звена новосибирских швейных предприятий показал следующее: 1. нет общепризнанного лидера, способного объединить участников местного рынка; 2. нет единства мнений в возможной форме взаимодействия; 3. маркетинговый тип поведения не стал преобладающим в их управлении; 4. стратегический тип управления используется только поэлементно, не на формализованной основе; 5. к корпоративному типу поведения готовы прибегнуть лишь бывшие государственные предприятия, малый бизнес его игнорирует; 6. наибольшую потребность в интеграции как со стороны крупного, так и мелкого бизнеса вызвали такие направления деятельности как: проведение маркетинговых исследований, совместное продвижение товаров на рынки сбыта; потребность в образовательных услугах; многоуровневый отраслевой анализ; создание отраслевых баз данных.

Чтобы успешно реализовать эти интеграционные направления деятельности практически, необходимо преодоление психологического барьера, не позволяющего взглянуть на другого участника рынка как партнера по бизнесу, а также реально оценить степень угрозы национальной и региональной безопасности. И после этого сесть за стол переговоров с тем, чтобы выработать концепцию и план стратегического развития регионального швейного рынка.

К настоящему времени уже существует несколько видов устойчивых региональных, национальных и международных корпоративных образований, представляющих собой некую совокупность людей, интересов, капиталов, производств, действующих на пользу участников самого объединения и, в конечном итоге, всего общества в целом. Такие корпорации формируют новые хозяйственные отношения, адекватные внешней и внутренней среде, складывающимся в процессе производственной деятельности условиям.

У каждого предприятия, входящего в корпорацию, есть свои преимущества, которые необходимо использовать с эффектом для всех её участников (синергетический эффект). Но, чтобы эти преимущества внедрять на других предприятиях, на них нужно провести необходимое реформирование деятельности, т.е. адаптировать их к условиям получения этих преимуществ. Такую направленность имеет система адаптивного самопланирования. Однако, разовый эффект от преобразования деятельности неизбежно теряет свою значимость со временем, поэтому более важной целью является организация бизнеса в виде саморегулирующейся системы адаптивного самопланирования своевременно реагирующей на требования рынка, партнеров, конкурентов.

Для решения названной задачи возникает необходимость разработать общую методику построения модели реформирования. В ее основу был положен принцип необходимости обеспечения улучшения финансово-экономического положения всего производственного комплекса вне зависимости от наличия или отсутствия организационно-правовых обязательств. Этот принцип непосредственно связан с потребностями хозяйственной системы и ее элементов в выживании и прогрессивном развитии.[4]

Предлагаемая модель (рис. 1) состоит из ряда последовательных мероприятий с обратными связями, которые позволяют вести корректировку целей, задач, а также формировать результирующие показатели экономического состояния производственно-хозяйственного комплекса. Начальным этапом разработки модели является определение мотивации и миссии реформирования хозяйственного комплекса.

Первый шаг в направлении разработки модели представляет собой анализ экономического состояния комплекса. Содержание этого шага составляет мониторинг и обработка исходной статистической и управленческой информации о структуре и функциях комплекса. Полученные данные соотносятся с показателями, обеспечивающими безубыточную деятельность предприятия в рассматриваемой перспективе. Исследуемый комплекс рассматривается как целостная, относительно самостоятельная система и как подсистема более широкой определяющей системы.

Структура такой системы состоит из элементов, между которыми существуют прямые и обратные связи взаимодействия. Данная структура может иметь несколько уровней, включая отношения подчинения и координации между элементами. Особое внимание уделяется изучению внешней и внутренней среды, которая обуславливает жизнеспособность и прогрессивное развитие корпоративной структуры.

На основе проведенного анализа осуществляется прогнозирование результатов при реализации процедуры моделирования, в процессе которого определяются основные требования к проектируемой модели.

Второй шаг – это формирование принципов и стратегических целей обеспечения корпоративных интересов участников. Целевые установки включают в себя всю систему приоритетов в достижении экономической безубыточности.

По мнению Тренева В.Н., статичное закрепление экономических приоритетов невозможно, поскольку каждому этапу развития общества должна соответствовать вполне определенная экономическая система хозяйствования. Отсюда следует, что предлагаемая модель не может быть абстрактной, вне зависимости от уровня развития общественных отношений. При определении интересов участников необходимо основываться на объективной оценке имеющихся сил и средств, исходить из соответствия реального состояния комплекса одному из этапов его развития, что в перспективе позволит сформировать перечень жизненно важных интересов участников и партнеров. Таким образом, третий шаг состоит в определении таких интересов. [5]

Любой компании необходимо постоянно осознавать свои жизненно важные интересы и на этой основе строить деятельность по обеспечению необходимого производственно-хозяйственного цикла. Для того чтобы решить эту задачу, необходимо выделить те системные свойства, значительные изменения которых могут нарушить нормальное функционирование комплекса. Результатом первых трех шагов должно стать определение точек взаимодействия участников и партнеров комплекса.

На четвертом шаге определяются точки дезорганизующего воздействия факторов внутренней и внешней среды на функционирование управляемого комплекса, затрагивающих экономические интересы и приоритеты как комплекса в целом, так и его составляющих по отдельным производствам.

Следующим пятым шагом в построении модели должна быть разработка количественных показателей и изменений экономического состояния комплекса.

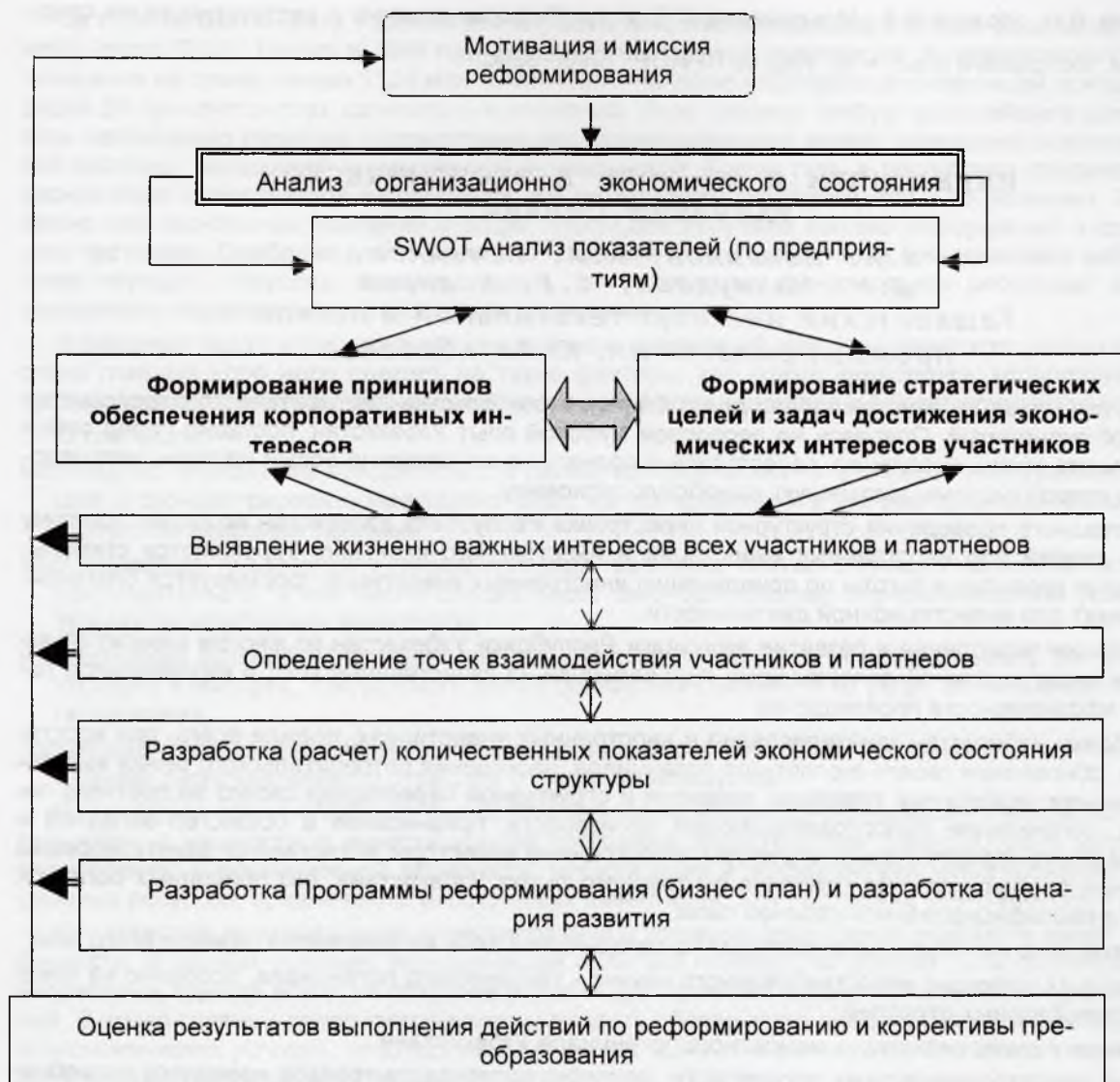


Рис.1 Алгоритм построения адаптивной системы самопланирования предприятий интегрированных в единую корпоративную сеть

После определения качественных и количественных показателей экономического развития следует перейти к шестому шагу, т.е. разработке программы реформирования комплекса или, как часто называют, бизнес-плану реструктуризации и написанию сценария дальнейшего развития.

Заключительным же этапом является оценка выполнения действий и корректировка преобразований.

Список литературы.

- 1.Третьяк В. Анализ отраслевой организации рынков: Курс лекций. //Российский экономический журнал.-2001.-№№5-7,9,11,12.
- 2.Новоселов А.С. Региональные рынки: Учебник.- М.: ИНФРА-М, 1999.- 479с.
- 3.Портер М.Э. Конкуренция /Пер. с англ.: Уч.пособие. -М.: Издательский дом «Вильямс», 2000.- 495с.
- 4.Мазур И.И., Шапиро В.Д. Реструктуризация предприятий и компаний. Справочник пособие для специалистов и предпринимателей. – М.: Высшая школа, 2000.- 587с.

5.Тренев В.Н., Ириков В.А., Ильдеменов С.В. и др. Реформирование и реструктуризация предприятия. Методика и опыт. – М.: Изд-во ПРИОР, 1998.- 320с.

ИНВЕСТИЦИИ И ИХ РОЛЬ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАНЫ

*Х.А. Исмаилов, Х.А. Исмаилов,
Д.М. Махмудова, С.Г. Кодиров*
*Ташкентский институт текстильной и легкой
промышленности им. Ю.Ахунбабаева*

Девять лет назад Узбекистан избрал для себя путь строительства демократического государства с рыночной экономикой. Опираясь на передовой мировой опыт Узбекистан, поставил перед собой цель, улучшить жизнь населения, перестроить и поднять на качественно новый уровень, унаследованную от старой системы застывшую, однобокую экономику.

Для успешного проведения структурной перестройки Республика Узбекистан проводит политику открытых дверей для иностранных инвестиций и иностранного капитала. Укрепляются стимулы, расширяются гарантии и льготы по привлечению иностранных инвестиций, формируется благоприятный климат для инвестиционной деятельности.

Дальнейшее укрепление и развитие экономики Республики Узбекистан во многом зависит от активизации инвестиционной деятельности, направленной на качественный рост и кардинальное повышение эффективности производства.

Республика Узбекистан заинтересована в иностранных инвестициях, прежде всего, для восстановления, обновления своего экспортного потенциала, насыщения потребительского рынка высококачественными недорогими товарами, развития и структурной перестройки своего экспортного потенциала, организации импортозамещающих производств, привнесение в общество западной и восточной опыта управленческой структуры. Иностранные инвесторы, естественно, заинтересованы в получении прибыли за счет освоения внутреннего рынка Узбекистана, его природных богатств, дешевой и квалифицированной рабочей силы.

В Узбекистане иностранные инвестиции на сегодняшний день направляются, прежде всего, для:

- освоения с их помощью невостребованного научно - технического потенциала, особенно на предприятиях базовых отраслей;
- расширения и диверсификации экспортного потенциала Узбекистана;
- создание импортозамещающих производств, развитие производств товаров народного потребления, продовольственных товаров, медикаментов;
- совершенствование сферы транспорта и связи.

Для претворения в жизнь вышеуказанных целей в Узбекистане ежегодно принимаются и реализуются Государственная инвестиционная программа. Инвестиционная программа руководство к действию не только для отечественных предпринимателей, но прежде всего для иностранных инвесторов, в котором определены отраслевые схемы развития и потребности в иностранных инвестициях по всем приоритетным отраслям экономики страны. Отраслевые приоритеты расставлены в программе в соответствии как с имеющимся ресурсно-сырьевым потенциалом, так и с необходимостью интеграции в мировой рынок на основе структурной перестройки экономики, модернизации транспортной, коммуникационной и ирригационной инфраструктуры и развития перерабатывающих производств, конкурентоспособных на внешних рынках.

На сегодняшний день, в республике создано более 3 тыс. совместных предприятий. Время показало, что экономическая эффективность предприятий с иностранными инвестициями во многом выше, чем на аналогичных отечественных предприятиях. Это связано, в первую очередь, с инновационной активностью и производством товаров в соответствии с требованиями рынка. Такой товар обеспечивает прибыль на 28% выше, чем традиционный, и производительность труда на совместных предприятиях в 1,5 раза выше. За последние годы на предприятиях с иностранным капиталом возрос выпуск швейной и трикотажной продукции, продуктов питания. Увеличилось производство товаров с высокой стоимостью обработки, в том числе, электронно-вычислительных, радио и телеаппаратуры.