

62.41.17
7-94

С.С. ГУЛЯМОВ

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ:

Коммерция.

Бизнес.

Бизнес - план.

ТАШКЕНТ 1997

77-94

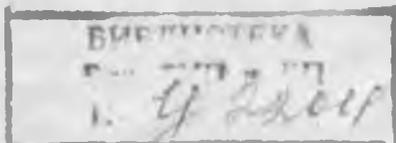
С.С. ГУЛЯМОВ

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ:

Коммерция.

Бизнес.

Бизнес - план.



ТАШКЕНТ 1997

ВВЕДЕНИЕ

Радикальные экономические реформы в странах СНГ обострили проблему финансовой поддержки предпринимательства и резко сократили объем инвестиций. Теоретически, в странах, где осуществляются структурные преобразования, происходит перелив капитала из менее эффективных отраслей в наиболее эффективные. Но как мы видим, в странах СНГ это не происходит, кроме того, структурная перестройка сопровождается высокой инфляцией, безработицей, политической и правовой нестабильностью. В результате чего наблюдается снижение инвестиционной активности, так как даже такая отрасль как промышленность, которая считается наиболее инвестиционно привлекательной, уже не реагирует на денежные вливания. В странах СНГ из-за кризиса неплатежеспособности готовая продукция скапливается на складах, что хорошо видно из примера капитального строительства. Капитальные вложения в эту отрасль сокращались в три раза быстрее, чем в производство.

Проблемами перехода к рыночным условиям хозяйствования в странах с нестабильной экономикой становятся разработка кредитного механизма, более эффективное использование ограниченных финансовых ресурсов на макро- и микроуровнях с учетом зарубежного опыта и методики проектного анализа, приспособленных к условиям страны, принимающей инвестиции. В связи с этим необходима выработка международных стандартов и правил инвестиционных процессов.

Механизм привлечения иностранных инвестиций достаточно сложен, но имеется широко известный зарубежный опыт как на национальном, так и на межнациональном уровне. Следует, однако, учитывать, что

даже при наличии в стране благоприятного инвестиционного климата иностранный капитал не придет немедленно в экономику государства.

У государства, принимающего иностранные инвестиции, существуют определенные причины для их ограничения, прежде всего со стороны конкурирующих отечественных производителей. Вместе с тем прибавочный продукт, созданный с помощью иностранных инвестиций, дополнительные рабочие места, обучение и повышение квалификации кадров, внедрение новых технологий и сбор дополнительных налогов приносят больше прямых и косвенных положительных эффектов, чем теряют конкурирующие национальные инвесторы. И поэтому национальные инвесторы, опасаясь конкуренции, будут настаивать на протекционизме, но несмотря на это государство должно учитывать, прежде всего, национальные интересы развития экономики в целом.

В странах СНГ происходит "утечка" национального капитала. По оценкам Международного Валютного Фонда, за 1 месяц покидает только Россию 1 млрд. долларов ее национального капитала. За 1992-94 гг. из России вывезено 30 млрд. долл., и то время как общий приток иностранных инвестиций составил 3,75 млрд. долларов [30].

Иностранное владение национальной собственностью всегда и везде вызывает беспокойство и разногласия. Покупка любой недвижимости иностранцами традиционно воспринимается с подозрительностью и тревогой. Несмотря на приток свободного капитала, новых технологий и оборудования, создание дополнительных рабочих мест, осторожность по отношению к иностранным инвестициям является реальным фактором формирования инвестиционной политики государства и общего инвестиционного климата в стране. Причем такой подход прослеживается не только среди населения, но и в коридорах власти. К примеру, в США, по оценке бывшего директора МВФ Дж. Амузегара, размеры иностранных

капиталовложений в экономику страны "беспокоят" 80 % американцев, 70% опрошенных высказались в пользу принятия законов, ограничивающих иностранные инвестиции в экономику США.

При этом надо иметь в виду, что в конце 80-х годов иностранные инвестиции в США оценивались в 329 млрд. долл., а национальное богатство страны - в 30 трлн. долл. (без учета зарубежных вложений). Другими словами, иностранные инвестиции составляют чуть больше 1 % реального богатства США. По словам Дж. Амузегара, "определенные отрасли промышленности и области деятельности были и должны быть закрыты для иностранного владения и управления на основании соображений национальной безопасности до тех пор, пока мир разделен на страны с разными интересами и идеологиями. Очевидно, что любая страна имеет право знать источники и размеры иностранных инвестиций, чтобы иметь возможность охранять свою безопасность." [3]

Таким образом, международные организации выступают в качестве координаторов финансового содействия со стороны отдельных государств, частных инвесторов, мирового сообщества. Если же интересы страны противоречат условиям, выдвигаемым международными организациями, то необходима четкая национальная позиция, отстаивающая интересы государства. А для отстаивания интересов страны необходимы высококвалифицированные специалисты, которые могут работать на мировом уровне при оценке того или иного инвестиционного проекта. Для более эффективного использования прямых инвестиций в стране должны быть определены приоритеты ее развития и направления (отрасли) использования иностранного капитала. Выбор модели развития национальной экономики зависит от общей программы развития страны, уровня экономического развития, от национального

законодательства, от политических и экономических процессов, происходящих в государстве.

Такое положение с инвестициями подводит экономику к рубежу, когда производство будет падать уже не только в силу сокращения потребительского рынка, неплатежей и ряда других факторов, связанных с непоследовательными и противоречивыми преобразованиями в стране, но и в силу прямого сокращения производственных мощностей.

В первую очередь, необходимо активизировать инвестиционную деятельность. Для этого необходимо создать благоприятный инвестиционный климат, при котором будут мобилизованы национальные ресурсы и эффективно вложены в экономику республики, а иностранные инвестиции могут быть допущены в те отрасли, которые отвечают интересам Узбекистана.

Инвесторам, вкладывающим свои средства в приоритетные направления развития республики, должны предоставляться правительственные гарантии. К примеру, сельское хозяйство является одной из основных отраслей экономики Узбекистана, но эта отрасль считается "опасной для инвестиций". Инвестиционные проекты характеризуются своей долгосрочностью, и так как сельское хозяйство очень сильно и напрямую зависит от многих факторов природной среды, трудно предсказать, когда окупятся те или иные инвестиции, т.е. сопровождаются большим риском.

На мировом рынке капитала большое внимание уделяется либерализации внутренних инвестиционных режимов, привлекая тем самым часть мирового инвестиционного предложения, на которое могла бы претендовать наша республика, в связи с этим возникает потребность в создании института и механизма подготовки специалистов по проектному инвестированию внутри государства. В этой связи авторами данной работы видится, что проблема состоит не в том, чтобы осуществлять процесс вхождения в мировой рынок на инвестициях, а в умении

руководителей и специалистов, в области проектирования инвестиций, в мобилизации ресурсов, через реструктуризованную финансовую инфраструктуру, которая находится на стадии становления. Что же касается иностранного капитала, то, он необходим, в первую очередь, в форме передачи знаний, опыта, технологий, ноу-хау, современных методов управления. Необходимо учиться подготавливать инвестиционные проекты более тщательно с учетом всех реальных и потенциальных факторов, воздействующих на результаты проекта. Этой проблеме и частичному теоретическому решению ряда других задач посвящена данная работа.

В задачу коммерческого аспекта проектного анализа входит определение спроса на продукцию проекта его цену и возможные рынки сбыта. Для этого необходимо провести исследования в ценообразовании и анализ рынков и т.д.

Поскольку затраты и результаты проектов могут быть очень различными, проекты обычно рассматриваются с различных точек зрения коммерческого анализа. При этом необходимо сравнивать и суммировать выгоды и потери различного типа для разных групп юридических и физических лиц, имеющих отношение к проекту, с тем чтобы иметь представление об итоговой оценке коммерческого анализа инвестиционного проекта.

На наш взгляд, указанные выше методики Мирового банка целесообразно также использовать при разработке и реализации мероприятий по открытию предпринимателями (учредителями) своего "дела", внедрению нововведений и инновационных проектов, бизнес-планов по предпринимательской деятельности и других мероприятий, осуществляемых в условиях перехода на рыночные отношения. Трезвый взгляд на коммерческий анализ своего предприятия по методике проектного анализа, безусловно, поможет выявить его слабые и сильные стороны, точно определить, что Вам потребуется, не упустить чего-либо из вида, оценить открывающиеся перспективы и приступить к

выработке плана конкретных действий, направленных на достижение поставленной цели, заранее предвидеть возможные трудности, не дать им перерасти в серьезную проблему, докопаться до причин затруднений, а значит, найти пути их устранения.

В настоящей работе обобщаются принятые Мировым банком методы подготовки, экспертизы и реализации коммерческого анализа проектов, что даст возможность ознакомиться с опытом, накопленным банком за годы его существования. В работе использованы методика, применяемые специалистами ИЭР Всемирного банка, России и т.д., которые рассчитаны на новых членов банка, которые должны получить информацию о деятельности банка, а в более широком смысле - на всех тех, кто подготавливает, предлагает и внедряет проекты.

Данная работа включает в себя конкретный пример анализа бюджета фермерского хозяйства "Ташаул", разработанный выпускниками ИЭР Всемирного банка, который даст читателям представление о направлениях экономического развития приоритетной отрасли.

В работе также приводится методический материал, знакомящий читателей с процедурой разработки бизнес-плана, который является основой основ предпринимательской деятельности. Если Вы уже связали с ней свою жизнь, то этот материал окажет неоценимую помощь в борьбе за выживание в конкурентной борьбе, без которой, как известно, не бывает рынка.

Чтобы расширить полезность данной работы, авторы книги считают также необходимым представить некоторые нормативные документы, дающие представление о правилах привлечения иностранных инвестиций в экономику нашей страны. Как известно, привлечение иностранных инвестиций создает благоприятные условия для развития и увеличения числа проектов, которые, в свою очередь, благоприятно влияют на экономическое развитие нашей республики.

Данная работа может внести свой посильный вклад в формирование нового мышления и освоение нового знания, так необходимого сегодня специалистам республики. Прочитав пособие, специалист по новому осмыслит многие проблемы предпринимательства, связанные с переходом Узбекистана к рыночной экономике.

Г Л А В А 1. ПОЛИТИКА СТАБИЛИЗАЦИИ В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ УЗБЕКИСТАНА

Прошло шесть лет с начала переходного процесса в странах бывшего Советского Союза. Анализ прошедшего периода позволяет делать уже некоторые обобщения и выводы. Переходный процесс в Узбекистане, как и в большинстве постсоциалистических стран, характеризуется проведением комплекса экономических реформ. Это:

- внутренняя и внешняя либерализация,
- макроэкономическая стабилизация,
- приватизация государственной собственности,
- социальная защита.

При этом, под макроэкономической стабилизацией мы понимаем установление макроэкономического равновесия при достижении макроэкономических целей:

- экономический рост,
- полная занятость,
- стабильность внутренних цен,
- стабильность валютного курса в результате укрепления национальной валюты; сохранение официальных международных резервов на уровне 3-4-месячного товарного импорта,
- жизнеспособный платежный баланс,
- бюджетный дефицит на уровне не более 3-4%,
- решение проблемы распределения доходов и проблемы бедности.

Эти цели связаны с уровнем благосостояния населения, конкурентностью как отдельных отраслей так и всей экономики в целом, состоянием валютных резервов, проблемами внешнего и внутреннего долга и рядом других аспектов.

Узбекистан, как и все Центрально-азиатские страны, входившие в состав бывшего Советского Союза и вставшие

на путь рыночных преобразований, столкнулся с проблемой выбора стратегии в проведении макроэкономической стабилизации. Выбор оптимального согласованного набора основных макроэкономических показателей и их достижение является целью макростабилизационной программы. Необходимыми условиями для этого выступит скорейшая финансовая стабилизация, сутью которой является стабилизация внутренних цен и обменного курса, а также стабильность банковской системы.

Целью данного исследования является попытка авторов показать свой взгляд на решение вопроса стабилизации внутренних цен в переходной экономике республики. Авторами были поставлены задачи анализа источников и издержек инфляции, ее динамики и динамики изменения ортодоксальных и гетеродоксальных подходов к стабилизации в Узбекистане. В процессе исследования, по возможности (при наличии статистических данных), проведены межстрановые сравнения. В заключении представлено мнение авторов по совершенствованию стабилизационной политики в Республике.

Издержки инфляции и необходимость стабилизации в переходных экономиках

Почему вопрос контроля над инфляцией является ключевым для всех, кто работает над экономическими реформами? Ответ на этот вопрос связан, в первую очередь, с неопределенностью, которую генерирует высокий уровень инфляции, чем непосредственно, с эффектом роста цен как таковых и соответствующими издержками и неудобствами от этого.

Инфляция обходится обществу очень дорого. Поднимаясь выше отметки 20-30% в год, она создает

сильные перекосы в экономике, которые поражают всех субъектов макроэкономического оборота и их взаимоотношения. Инфляция приводит к перераспределению доходов, ограничению кредитной деятельности, искажению ценовых сигналов, неэффективному размещению финансовых ресурсов, уменьшению жизненного уровня, особенно уязвимых слоев населения.

Кроме того, инфляция является своего рода скрытым и зачастую произвольным налогом, которым облагаются все обладатели денег в стране - и население и предприятия. Когда правительство берет кредит у центрального банка с целью покрытия бюджетного дефицита, оно фактически облагает налогом все общество.

Например, правительство хочет представить субсидию сельскому хозяйству, а в бюджете нет на это средств и правительство обращается за кредитом в Центральный банк. В результате в сельское хозяйство поступает крупная сумма денег, и общий объем денег увеличится, например, на 50%. Что касается сельхозработников, то их доходы, безусловно, заметно возросли. Большую часть денег они тратят, остальное откладывают на потом. По мере того, как они тратят эти деньги, цены на товары и услуги повышаются. Однако на этот раз все остальные (не связанные с сельским хозяйством) люди оказываются в проигрыше. Цены растут, а денег на них не прибавляется.

По мере роста цен и заработной платы работники остальных отраслей экономики оказываются в худшем положении. Теперь в их распоряжении меньше денег, чем им хотелось бы иметь, при относительно более высоких ценах в магазинах им ничего другого не остается, как сократить свои расходы, но крайней мере, на время. Фактически для всех, кто не связан с сельским хозяйством, инфляция оборачивается дополнительным налогом. По

мере роста цен и уровня заработной платы реальная стоимость денег в распоряжении этих людей все больше и больше падает.

Ради проведения выплат из бюджета (на субсидии сельскому хозяйству) правительство обложило всю экономику скрытым налогом в виде денежной инфляции. Тот, кто хранит деньги в сумовой форме (национальной валюте), оказывается в проигрыше, ибо становится плательщиком скрытого налога, поэтому, при высокой инфляции люди стараются сократить количество денег в сумах. Многие пытаются перевести большую часть своего достояния в доллары или товары длительного хранения. Предприятия отказываются заниматься сумовыми сделками и производят все расчеты в долларах или же обращаются к бартеру. Вместо того, чтобы использовать национальную валюту, предприятия и частные лица прибегают к всевозможным псевдобным и дорогостоящим процедурам ради того, чтобы избавиться от сума.

В процессе инфляционного давления 90-х годов и наиболее тяжелом положении оказались лица с фиксированным доходом, особенно пенсионеры, учащиеся, представители бюджетных организаций (работники народного образования, здравоохранения, науки, культуры), чья средняя заработная плата составила в 1995г. 0,4-0,5 заработной платы в промышленности и 0,3 зарплаты в финансовых и кредитных отраслях республики [20]. Это обусловлено тем, что темпы роста заработной платы отставали от темпов роста инфляции. Инфляция вселяет неуверенность не только в домашние хозяйства, но и инвесторов, снижая уровень инвестиций. Эти и другие последствия инфляции в целом приводят к экономической, социальной, политической нестабильности. Что касается экономических издержек, то межстрановой анализ по Центрально-азиатским странам показывает наличие

достаточно высокой корреляции между высокими темпами инфляции и, как следствие, значительным спадом в производстве (табл. 1, схема 1).

Таблица 1.

Инфляция и рост ВВП в странах Центральной Азии в 1995 г.

Страна	ВВП, %	Инфляция, %
Казахстан	-9	180
Кыргызстан	-6	45*
Таджикистан	-12	635
Туркменистан	-5	1800
Узбекистан	-1,2*	305*

Источник: [43] * Данные Госкомпрогностата Республики Узбекистан

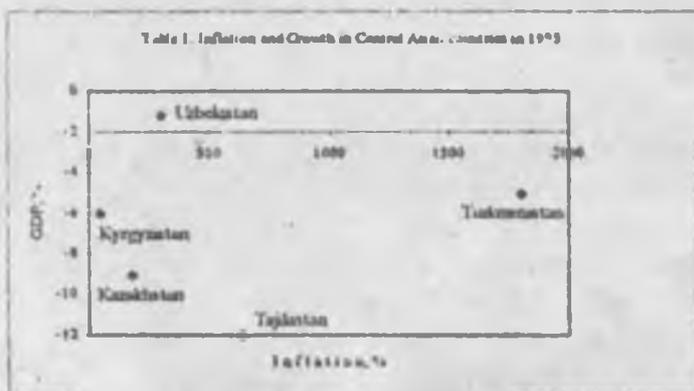


Схема 1. Инфляция и рост ВВП в странах Центральной Азии в 1996 г.

Чтобы обуздать инфляцию и устранить ее последствия, страны переходной экономики вынуждены были предпринять ряд стабилизационных мер. Подходы к стабилизации в Узбекистане будут рассмотрены ниже. В

начале необходимо разобраться в природе явления инфляции, иначе, рецепты стабилизационной политики могут оказаться не оздоравливающими, а разрушающими.

Причины инфляции в переходной экономике Узбекистана

Наращение инфляционных процессов в переходной экономике Узбекистана было обусловлено причинами двоякой природы.

С одной стороны, это общие для всех транзитарных экономик. С другой стороны, причины этого явления носят специфический, характерный для ситуации в Узбекистане характер.

Причины инфляции надо искать, прежде всего, в макроэкономических процессах. Общеизвестно мнение, что инфляция в долгосрочном периоде является субъектом контроля со стороны Центрального банка (фактор, действующий в долгосрочном периоде на изменение цен - рост денежной массы). Анализ зависимости среднемесячного изменения широких денег M2 и индекса розничных цен за 1992-1994 годы [50, с.45] показывает, что в странах Центральной Азии, как и во всех переходных экономиках наблюдается достаточно высокая корреляция между темпами инфляции и величиной денежной массы. (табл. 2, схема 2).

Каковы причины роста денежной массы? Основной причиной быстрого роста широких денег и, соответственно, инфляции является прямое кредитование правительственных дефицитов бюджетов со стороны Центральных банков.

В течение всего стабилизационного периода большая часть бюджетного дефицита Правительства Узбекистана финансировалась самым инфляционным путем - за счет

ассигнований, поскольку они представлялись по очень низкой процентной ставке и обычно учитывая тяжелое финансовое положение в сельском хозяйстве были впоследствии аннулированы.

Третий способ - покупка экспортерами (импортерами) национальной валюты взамен иностранной валюты. Центральный банк покупает, например доллары, но вместе с тем продает суммы. В результате объем сумовой массы увеличится.

Денежная база, определяющая ту сумму находящуюся в экономике денег, которые выпускаются непосредственно Центральным банком, включает общую сумму валюты в обращении, сумму правительственных вкладов и сумму вкладов коммерческих банков в Центральном банке; прямо зависит от действий Центрального банка. Она не может возрасти до тех пор, пока Центральный банк не предпримет один из 3-х шагов: выдачу новой ссуды правительству, новых кредитов коммерческим банкам или покупку иностранной валюты на валютной бирже.

Как только Центральный банк изменяет объем денежной базы, возникает цепная реакция: общая сумма банковских вкладов увеличится многократно по сравнению с изначальным увеличением денежной базы.

Например, правительство берет кредит и из него выплачивает заработную плату бюджетным работникам. Часть этих денег служащие тратят, а часть оставляют на своих банковских счетах. Израсходованные деньги попадают на банковские счета предприятий и частных лиц у которых частные служащие приобрели те или иные услуги.

Через некоторое время коммерческие банки обнаруживают, что сумма вкладов в банковской системе возросла. Государственные служащие хранят уже больше денег на своих счетах. Пополнились и счета у предприятий.

продавших частным служащим товары и услуги. Благодаря тому, что размеры вкладов увеличились, банки получили возможность выдавать новые кредиты своим клиентам. Предприятия, в свою очередь, используют эти новые кредиты для оплаты новых покупок и размещения новых банковских вкладов.

Часть этих новых вкладов затем вновь может быть выдана в качестве кредитов очередным клиентам. Этот процесс может продолжаться до бесконечности и таким образом в конечном итоге первоначальное увеличение Центральным банком денежной базы приводит к гораздо большему увеличению банковских вкладов и кредитов, т.е. происходит эффект мультипликации денег.

В I квартале 1995 г. денежный мультипликатор равнялся 1.36, т.е. увеличение Центральным банком денежной базы на 1 сум приводило к увеличению общей денежной массы на 1.36 сум.

Надо сказать, что инфляция в Центрально-азиатских странах не чисто монетарный феномен, поскольку инфляция последних лет в переходных экономиках - это переплетение инфляции предложения, вызванной трудностями переходного периода, разрывом хозяйственных связей, структурными изменениями, и инфляции ожидания.

Таким образом, можно отметить, что общими причинами инфляционного процесса являются избыток спроса, сокращение предложения и инфляционные ожидания.

Специфическими причинами инфляции в Узбекистане были:

Причины бюджетной природы.

По расходной части бюджета

Большая часть расходов консолидированного бюджета Узбекистана идет на социальные нужды, которые обусловлены демографическими особенностями Республики - высоким коэффициентом рождаемости (а отсюда - большим удельным весом населения в нетрудоспособном возрасте за счет значительного процента прироста населения) и низким уровнем жизни населения. Эти особенности характерны практически для всех Центрально-азиатских стран. Ниже приведены значения ВВП на душу населения в странах Центральной Азии (табл. 3). Так, ВВП в расчете на душу населения Узбекистана в 1994 году составлял 960USS.

Социальные издержки переходного периода обусловили необходимость роста трансфертных выплат в Республике.

Таблица 3

ВВП на душу населения
в странах Центральной Азии в 1994 г.

Страна	ВВП на душу населения, USS
Казахстан	1160
Кыргызстан	630
Таджикистан	360
Туркменистан	...
Узбекистан	960

Источник: [43]

По доходной части государственного бюджета.

Доходная часть бюджета значительно сократилась. Можно выделить следующие причины этого спада:

а) до распада СССР Узбекистан, как и другие Центрально-азиатские республики, зависел от дотаций Союзного Правительства, поэтому внешним шоком для

Республики стало прекращение трансфертных выплат из Союзного бюджета после распада СССР. (Эти трансферты составляли 19.5% ВВП Узбекистана). Тогда в вопросе мобилизации необходимых финансовых ресурсов пришлось полагаться уже на внутренние источники финансирования;

б) изменения в налоговой системе такие, как переход от налога с оборота к НДС, отказ от практики конфискации неиспользованной прибыли предприятий также сократили входной поток в бюджет.

Все эти причины привели к тому, что госбюджет подвергся значительному давлению.

Специфические причины денежной природы.

Экспорт инфляции в 1992-1993 годах был обусловлен неопределенностью, связанной с нахождением Узбекистана в рублевой зоне. Рассогласованность в проведении макроэкономической политики в странах еще оставшихся тогда в рублевой зоне, привела, в частности, к сбросу в них рублевой наличности из стран бывшего Советского Союза, ранее покинувших рублевую зону. В 1992-1994 годах в республику хлынули большие потоки рублевой денежной массы.

Таким образом, в Узбекистане произошел "импорт инфляции". Еще в худшем положении по импорту инфляции оказался Таджикистан, который ввел таджикский рубль только в мае 1995 г. В таблице 4 показаны сроки введения национальной валюты в Центрально-азиатских странах.

Только с переходом на национальную валюту удалось перекрыть этот канал увеличения денежной массы.

Среди задач макроэкономической политики - жизнеспособный платежный баланс, экономический рост, ограничение и сдерживание инфляции, уровня безработицы

Таблица 4

Введение национальной валюты
в странах Центральной Азии

Страна	Название валюты	Время введения
Казахстан	тенге	1993, ноябрь
Кыргызстан	сом	1993, май
Таджикистан	рубль	1995, май
Туркменистан	манат	1993, ноябрь
Узбекистан	сум-купон сум	1993, ноябрь 1994, июль

Источник: [18]

- проблемы макроэкономической стабилизации в переходной экономике должны решаться в первую очередь. Это обусловлено тем, что экономический рост возможен только после стабилизации экономических процессов.

Этапы проведения политики стабилизации в республике. Ортодоксальные и гетеродоксальные подходы к стабилизации

В процессе макроэкономической стабилизации переходной экономики Узбекистана можно отметить следующие этапы проведения дискреционной политики:

1. Конец 1991 г. (распад СССР) - середина 1994 года. В этот период макроэкономические органы проводили достаточно "мягкую" монетарную и фискальную политику. Тогда основной упор был сделан на институциональные преобразования, когда произошла перестройка системы Управления экономикой и стала формироваться многоукладная экономика Республики.

2. Вторая половина 1994 г. - начало 1997 г. На смену мягкой кредитно-денежной политике пришла достаточно

жесткая ристрикционная политика, имеющая своей целью борьбу с инфляцией и укрепление национальной валюты.

Однако "жесткость" второго этапа стабилизационной политики была далека от "шоковой терапии", например, Польского варианта, когда быстро сбивается инфляция, но происходит резкий спад производства, сопровождающийся значительным ростом безработицы. Такая "операция" скорее бы привела к макроэкономической стабилизации, но вызвала бы резкую социально-политическую нестабильность, что крайне опасно в такой трудонизбыточной республике с большим процентом молодежи в рабочей силе, как Узбекистан.

Поэтому в Республике был выбран более осторожный подход к достижению макроэкономической стабилизации.

Итак, можно сказать, что политика стабилизации в Республике проводилась путем ограничения совокупного спроса и расширения совокупного предложения.

Расширение предложения было основано на стимулировании развития производства и предпринимательской деятельности, на структурном преобразовании ликвидации диспропорций в экономике.

В результате в Узбекистане к 1994 году сложилась многоукладная экономика с различными формами собственности.

Коллективная и частная собственность образовывались за счет открытия новых предприятий, разгосударствления и приватизации имеющихся государственных предприятий.

К концу 1994 г. в негосударственной собственности было 65% предприятий республики. Это, в основном, агропромышленный комплекс, торговля и бытовое обслуживание, заготовительные организации. Менее подвержены приватизации были строительство, промышленность и, совсем незначительно, транспорт и связь.

До 1995 года проходила приватизация мелких предприятий. С 1995 года приватизационные процессы перешли на крупные предприятия.

С целью поддержания мер по стимулированию совокупного предложения, для увеличения производительности труда и снижения издержек производства, программа стабилизации в 1995-1996 годах предусматривала следующие меры:

- дальнейшая монополизация экономики, особенно в сферах оптовой торговли, автотранспортных услуг, развития конкуренции в частном секторе за счет устранения барьеров для вступления на рынок новых предприятий. Делается попытка обеспечения равного доступа к сырьевым, материальным, финансовым, валютным ресурсам;

- укрепление финансовой дисциплины в государственном секторе.

Таким образом проводится наступление на одну из главных составляющих инфляцию-инфляцию предложения.

Гетеродоксальный подход к стабилизации. Либерализация цен и уровень инфляции

Как известно, гетеродоксальный подход представляет собой использование политики доходов, т.е. сочетание политики цен и заработной платы.

В 1991-1996 гг. произошла значительная либерализация экономической деятельности в республике. Был снят прямой государственный контроль над подавляющим большинством оптовых и розничных цен.

Изучим историю вопроса ценовой либерализации и ее влияние на уровень инфляции.

До независимости цены на товары, в основном, определялись центральными планирующими органами

(Госкомцен) и удерживались в относительно стабильном состоянии. Так, индекс розничных цен на товары на протяжении 1970-1990 гг. в Узбекистане возрос в среднем каждый год лишь на 0.6%, т.е. в 1990 г. цены возросли по сравнению с 1970 г. всего на 13.6%.

Однако период до 90-х годов характеризовался резким падением эффективности производства практически во всех отраслях и к 1990 г. сформировалась разбалансированная система цен, которая не могла обеспечить эквивалентного обмена между отдельными регионами и республиками бывшего СССР. Цены на продукцию сырьевых отраслей и сельского хозяйства, как правило, были занижены, а на товары обрабатывающей промышленности - завышены. К нарастанию ценовых диспропорций привело то, что в 1991 г. около 40% промышленной продукции продавалось по свободным договорным ценам. В результате предприятия, реализующие свою продукцию по фиксированным ценам, приобретая материально-технические ресурсы по свободным ценам, оказались в тяжелом финансовом положении, значительная часть хозяйствующих субъектов терпела значительные убытки, что требовало увеличения государственных расходов на поддержку их деятельности.

К концу 1991 г. в экономике Узбекистана стали нарастать инфляционные процессы и впервые наблюдался спад производства - 0.9% по ВВП (табл. 5, схема 3), резко возрос дефицит товаров и услуг при накоплении огромной массы свободных денег у предприятий и населения. Почти мгновенно распространились примитивные формы бартерного товарообмена и карточная система распределения важнейших продуктов питания.

Критическая ситуация в экономике требовала принятия необходимых мер по ее стабилизации.

Таблица 3

Динамика изменения ВВП за 1989-1996 гг.
по Республике Узбекистан
(в % к предыдущему году)

Годы	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Прирост, снижение ВВП	3.7	1.6	-0.9	-9.5	-2.4	-3.4	-1.2	1.6

Источник: Госкомпрогнозстат Республики Узбекистан

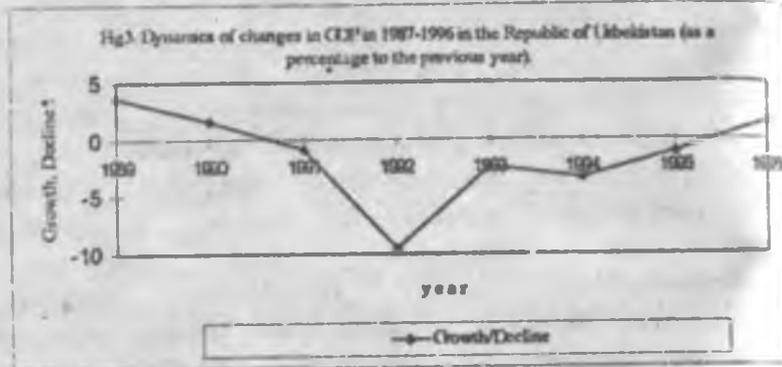


Схема 3. Динамика изменения ВВП за 1989-1996 гг. по Республике Узбекистан (в % к предыдущему году)

При создании определенных условий, механизм свободного ценообразования позволяет в процессе производства, обмена и потребления продукта сочетать интересы отдельных товаропроизводителей, потребителей общества в целом. Однако освобождение цен в условиях недостатка товаров и отсутствия эффективной конкуренции неизбежно приводит к их периодическому росту сформировать сбалансированную систему цен в этих условиях практически невозможно.

Для того, чтобы механизм формирования цен на основе спроса и предложения работал на пользу общества, необходимо, наряду с развитой конкуренцией, формирование следующих основных условий: стабильное денежное и финансовое хозяйство, равноправие производителей всех форм собственности, свободный выбор сферы предпринимательской деятельности, наличие рыночной инфраструктуры.

Либерализация цен началась по существу в 1992 г. в январе, когда были отпущены цены на ряд потребительских товаров. Однако, правительственный подход к реформе цен был осторожным. Административный контроль за ценами сохранялся на некоторые виды пищевых и потребительских товаров (хлеб, мука, макароны, водка и яйца), услуги транспорта, связи и жилищно-коммунального хозяйства, энергопродукты.

Была введена нормированная система на покупку основных потребительских товаров, кроме хлеба. Производителям и розничной торговле нормированных товаров и представляющим коммунальные услуги были предоставлены субсидии.

Правительство России с 1 января 1992 г. приступило к широкой либерализации цен. Узбекистан также был вынужден идти по этому пути, поскольку его экономика тесно была связана с Россией. Кроме того, в это время еще существовало рублевое экономическое пространство.

В соответствии с решением правительства Узбекистана с января 1992 г. был осуществлен переход в основном на договорные (свободные) цены и тарифы на товары производственно-технического назначения, народного потребления, работы и услуги.

В 1992 г. переведены на договорные (свободные) тарифы услуги легковых и маршрутных такси,

В 1993 г. падение производства удалось несколько замедлить (-2.4% ВВП (таблица 5, схема 3)).

Либерализация цен возобновилась в 1994 г., когда прямые субсидии на потребительские товары (включая хлеб и муку) были сняты и значительно увеличились цены на энергоресурсы.

В прошлом, разница между тарифами и себестоимостью услуг предприятий коммунального хозяйства покрывалась за счет бюджетных дотаций или "перекрестного" субсидирования одной категории потребителей другой. В целях ограничения бюджетных расходов на эти субсидии с 1994 г. регулярно повышались тарифы. Этот процесс будет продолжаться вплоть до полного исчезновения перекрестного субсидирования.

Введение национальной валюты сопровождалось продолжением политики либерализации цен. Как показали расчеты, на долю этого фактора в 1994 г. приходился около 40% от общего роста цен.

Падение курса сума к концу 1994 г. удалось несколько стабилизировать.

В результате реализации запланированных правительством Узбекистана на 1994-1995 гг. мер по стабилизации экономики, достигнуты некоторые положительные тенденции по снижению уровня инфляции.

В 1994 г. среднемесячный уровень составил: в первом полугодии 1994 г., когда в качестве денежного обращения использовались "сум-купоны" - 30.3%, а во втором полугодии 1994 г., после введения национальной валюты "сума" - 16.6%.

В 1995 г. цены на большинство потребительских товаров были либерализованы, цены на нефть и нефтепродукты были значительно приближены к мировым ценам, кроме природного газа.

В 1995 г. среднемесячный уровень инфляции сократился до 6.7%, а в I полугодии 1996 г. до 3.8% (табл. 7, схема 5).

Таблица 7

Месячные уровни инфляции за 1994-1996 гг. по
Республике Узбекистан
(прирост цен в % к предыдущему месяцу)

Месяцы	1994 г.	1995 г.	1996 г.
Январь	24.3	16.9	5.3
Февраль	27.5	17.8	2.7
Март	27.2	7.8	2.3
Апрель	44.9	16.7	9.8
Май	28.9	6.2	2.6
Июнь	36.7	-2.1	0.1
Июль	13.5	0.1	-3.1
Август	11.1	0.7	1.1
Сентябрь	19.4	4.8	2.7
Октябрь	23.4	5.3	4.4
Ноябрь	27.5	4.1	10.5
Декабрь	13.3	4.0	13.5

Источник: Госкомпрогнозстат Республики Узбекистан

Эти положительные тенденции в последующем должны быть подкреплены и другими рычагами макроэкономической политики, направленными на бюджетные ограничения, устранение кризиса неплатежей и обеспечение экономического роста.

В настоящее время правительство продолжает контролировать цены на зерно и хлопок через систему государственных заказов, хотя объемы зерна и хлопка, покрываемые этой системой сократились соответственно до 50 и 60%.

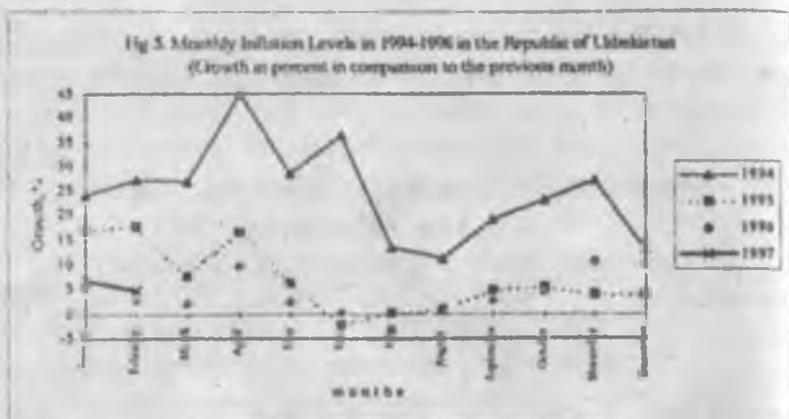


Схема 5. Месячные уровни инфляции за 1994-1996 гг. по Республике Узбекистан
(прирост цен в % предыдущему месяцу)

Правительство также пока еще контролирует розничные цены на бензин, а местные власти регулируют цены на центральное отопление, услуги коммунального хозяйства и транспорта. Кроме того, правительственного разрешения требуют уровни цен на товары, если их производителями являются монополисты, которые владеют более чем 35% всех поставок рынка.

С января 1996 г. цены на уголь, газ, нефть, электроэнергию, продукты нефтехимии и машиностроения в соответствии с антимонопольным законодательством требуют разрешения Министерства финансов, и цены еще примерно 2000 наименований товаров требуют разрешения местных властей.

Несмотря на значительный рост тарифов на коммунальные услуги все еще они субсидируются.

Данные I полугодия 1996 г. показывают, что уровень инфляции в Республике Узбекистан хотя и имеет тенденцию неуклонного снижения, пока несколько опережает по величине соседние страны СНГ. При среднемесечном приросте потребительских цен на товары и услуги на 3.8% в Узбекистане, такие же показатели

составили в: России 2.4%, Казахстане 2.6% и Кыргызстане 3.2%. К сожалению, эта положительная тенденция в IV квартале 1996 г. была нарушена из-за резкого падения валютного курса сума по отношению к доллару США, что привело к значительному подорожанию импортных товаров. В результате среднемесячный уровень инфляции возрос до 8.3%.

Что касается политики зарплаты, то в 1994 г. для ограничения фонда оплаты труда на государственных предприятиях введено государственное регулирование оплаты труда на предприятиях и организациях всех форм собственности, кроме бюджетных. На них прирост фонда оплаты труда должен быть не более 0.7% на каждый 1% прироста объема продукции и услуг в сопоставимых ценах. Целью этого является ограничение денежной массы, сдерживание инфляции издержек за счет ограничения роста заработной платы; попытка сдерживания спирали "цена - зарплата", "зарплата - зарплата". Более подробно политика доходов описана в работе М.Ибрагимова [20].

Ортодоксальные подходы к стабилизации. Меры жесткой рестрикционной монетарной и фискальной политики

Меры стабилизационной политики имели своей целью снижение уровня инфляции в декабре 1995 года до 2.0 % и сокращение спада экономики до 4% в 1995 году, укрепление национальной валюты, сокращение к концу 1995 года управляемого платежного баланса, сохранение официальных международных резервов на уровне четырехмесячного товарного импорта. Это были цели программы финансовой стабилизации, которая была официально запущена в январе 1995 года. Определенные положительные результаты были достигнуты в части

замедления падения ВВП. Вместо прогнозного падения 4% фактически оно составило -1.2%. Однако жесткие стабилизационные мероприятия, начатые еще в мае 1994 года, затем к концу 1995 г. несколько ослабли, что не позволило достигнуть намеченных целей по инфляции. Вместо запланированных 2% инфляции в декабре 1995 г. фактически она составила 4.0%. Примерно такая же ситуация сохранилась и в 1996 г. Так, при прогнозе падения ВВП на 2%, впервые за последние 5 лет достигнут рост ВВП на 1.6%.

Основными направлениями ужесточения кредитно-денежной политики в 1994-1996 гг. были:

- контроль прироста внутренних активов Центрального Банка Узбекистана за счет ограничения кредитов Правительству и кредитов коммерческим банкам;
- установлена повышенная норма обязательных резервов для коммерческих банков (30% годовых по депозитам сроком до 3-х лет);
- установлена повышенная ставка рефинансирования Центрального Банка Узбекистана (18,75% в месяц) и ежемесячно проводится ее корректировка с учетом темпов инфляции;
- проведена денежная реформа (июль 1994 год), сум-купон заменен постоянной национальной валютой сумом.

Результатами мер сжатия спроса стало снижение темпов роста широких денег M2 (Сх. 5), что привело к значительному снижению темпов инфляции до 2.7% в сентябре 1996 г.

Мероприятия по фискальной политике были направлены на сокращение бюджетного дефицита,

ограничение государственных расходов и стимулирование налоговых поступлений.

С этой целью, например, была проведена налоговая реформа 1995 - 1996 гг. с целью:

- расширения налогооблагаемой базы для НДС, из-за не прибыли, земельного налога из-за сокращения налоговых льгот;

- повышения ставок подоходного налога, налога на имущество, земельного налога;

- понижения ставки НДС до 18% в 1995 г., до 17% в 1996 г. и распространение его на большинство видов услуг. В 1997 г. предусматривается снизить его по основным продовольственным товарам до 10%;

- постепенная отмена налога на экспортируемую продукцию.

Для обеспечения открытости бюджета внебюджетные фонды было решено консолидировать в единый государственный бюджет.

Проблемы использования валютного курса, как номинального якоря в Узбекистане

Валютный курс можно использовать как номинальный якорь с целью снижения инфляции в процессе стабилизации. Однако, обязательным условием для этого должно быть наличие свободного рынка иностранной валюты, где курс валюты определяется соотношением свободного спроса и предложения на нее, а не административной фиксацией обменного курса при наращивании внутреннего кредита.

В Киргизии, например, где в течение последних лет переходного периода курс кыргызского сома к американскому доллару определяется спросом и предложением на валюту и существует его свободная

замедления падения ВВП. Вместо прогнозного падения 4% фактически оно составило -1.2%. Однако жесткие стабилизационные мероприятия, начатые еще в мае 1994 года, затем к концу 1995 г. несколько ослабли, что не позволило достигнуть намеченных целей по инфляции. Вместо запланированных 2% инфляции в декабре 1995 г. фактически она составила 4.0%. Примерно такая же ситуация сохранилась и в 1996 г. Так, при прогнозе падения ВВП на 2%, впервые за последние 5 лет достигнут рост ВВП на 1.6%.

Основными направлениями ужесточения кредитно-денежной политики в 1994-1996 гг. были:

- контроль прироста внутренних активов Центрального Банка Узбекистана за счет ограничения кредитов Правительству и кредитов коммерческим банкам;
- установлена повышенная норма обязательных резервов для коммерческих банков (30% годовых по депозитам сроком до 3-х лет);
- установлена повышенная ставка рефинансирования Центрального Банка Узбекистана (18,75% в месяц) и ежемесячно проводится ее корректировка с учетом темпов инфляции;
- проведена денежная реформа (июль 1994 год), сумкупон заменен постоянной национальной валютой сумом.

Результатами мер сжатия спроса стало снижение темпов роста широких денег M2 (Сх. 5), что привело к значительному снижению темпов инфляции до 2.7% в сентябре 1996 г.

Мероприятия по фискальной политике были направлены на сокращение бюджетного дефицита,

ограничение государственных расходов и стимулирование налоговых поступлений.

С этой целью, например, была проведена налоговая реформа 1995 - 1996 гг. с целью:

- расширения налогооблагаемой базы для НДС, из-за чего прибыль, земельного налога из-за сокращения налоговых льгот;

- повышения ставок подоходного налога, налога на имущество, земельного налога;

- понижения ставки НДС до 18% в 1995 г., до 17% в 1996 г. и распространение его на большинство видов услуг. В 1997 г. предусматривается снизить его по основным продовольственным товарам до 10%;

- постепенная отмена налога на экспортируемую продукцию.

Для обеспечения открытости бюджета внебюджетные фонды было решено консолидировать в единый государственный бюджет.

Проблемы использования валютного курса, как номинального якоря в Узбекистане

Валютный курс можно использовать как номинальный якорь с целью снижения инфляции в процессе стабилизации. Однако, обязательным условием для этого должно быть наличие свободного рынка иностранной валюты, где курс валюты определяется соотношением свободного спроса и предложения на нее, а не административной фиксацией обменного курса при наращивании внутреннего кредита.

В Киргизии, например, где в течение последних лет переходного периода курс кыргызского сома к американскому доллару определяется спросом и предложением на валюту и существует его свободная

- стало одной из причин спада производства в переходном периоде. За 1991-1995 годы он составил 16.1%. Хотя надо сказать, за годы реформ Узбекистан в меньшей степени, чем другие Центрально-азиатские страны, испытал снижение ВВП (табл.8, схема 6).

Таблица 8

Изменение реального ВВП в странах Центральной Азии
(прирост, снижение в % к предыдущему году)

Годы, страны	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Казахстан	-4.6	-6.8	-13	-15.6	-25	-9
Кыргызстан	6.9	3.1	-15.8	-16.3	-26.5	-6
Таджикистан	-2.4	-8.7	-30	-27.6	-15	-12
Туркменистан	0.8	-5	-5.4	-5
Узбекистан	1.6	-0.9	-9.5	-2.4	-3.4	-1.2

Источник: Госкомстат РУз

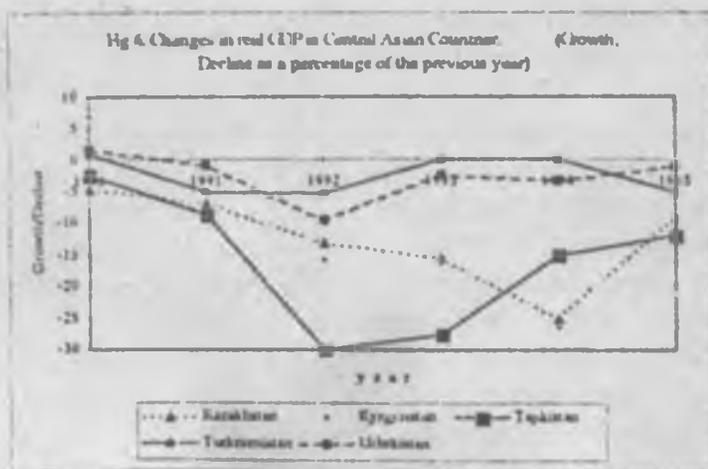


Схема 6. Изменение реального ВВП в странах Центральной Азии (прирост, снижение в % к предыдущему году)

Чтобы сгладить социальные последствия жестких антиинфляционных мер и повысить эффективность ряда трансфертных выплат с 1994 года была начата коренная реформа системы государственной социальной помощи в Республике.

Суть реформы состояла в следующем:

- увеличился размер пособия;
- вместо 16 различных пособий и выплат на детей введено одно пособие на семью;
- система стала адресной и дифференцированной в зависимости от количества детей до 16 лет и доходов семьи. Эффективность адресности стала обеспечиваться тем, что право решения о величине пособия отдано с января 1997 г. местным органам самоуправления, т.е. махаллинским комитетам, которые в курсе доходов и размеров каждой семьи в махалле.

Рекомендации по повышению эффективности проведения стабилизационной политики в переходной экономике Узбекистана

В Республике Узбекистан достигнуты некоторые положительные результаты по снижению темпов инфляции и замедлению темпов спада реального ВВП. Однако, они еще не в полной мере соответствуют установленным целевым установкам стабилизационной программы.

Необходимо установить пределы, до которых разумно снижать инфляцию ежегодно. Например, для Республики Узбекистан в 1997 г этот предел находится на уровне 20-25%, т.е. необходим поэтапный подход к установлению целевых задач стабилизации. Иначе, негативные последствия резкого сжатия спроса будут слишком велики. Это кризис неплатежей, замораживание инвестиционной деятельности, спад производства в краткосрочном периоде,

рост безработицы, спад реального потребления домохозяйств, социальная нестабильность.

Необходимо постоянно гибко координировать монетарные, фискальные пути стабилизации с политикой дохода и ценообразования (т.е. ортодоксальные и гетеродоксальные подходы) за счет слаженного взаимодействия всех экономических структур Республики.

Рассмотрим отдельные направления совершенствования стабилизационной политики.

В ОБЛАСТИ КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

Для скорейшей эффективной стабилизации экономики, учитывая монетарную природу инфляции, необходимо обеспечить максимальное ограничение темпов роста чистых внутренних активов банковской системы. Для этого предлагается:

1. Сведение к минимуму финансирование бюджетного дефицита со стороны Центрального банка Республики. Для чего необходимо сокращение представления чистых кредитов банка Правительству на финансирование бюджетного дефицита и увеличение возможностей для ил-банковского финансирования. С целью развития этих возможностей, переходная экономика должна развивать инфраструктуру финансовых рынков, расширять предложение и улучшать доверие населения к ценным бумагам, использовать возможности внешнего финансирования с учетом платежеспособности государства. При этом необходима координация использования всех источников финансирования бюджетного дефицита.

2. Сокращение кредитования Центральным банком слабых коммерческих банков в качестве косвенного субсидирования неприбыльных предприятий, еще функционирующих в переходной экономике. С этой целью

необходим постоянный гибкий контроль ставки рефинансирования; введение пруденциального банковского надзора со стороны Центрального банка.

3. Значительное расширение продаж государственных краткосрочных облигаций (ГКО) для поглощения ликвидности в банковской системе. При повышении инфляции следует корректировать процентные ставки по ГКО, а также другие процентные ставки в экономике. Кроме того, следует отказаться от предоставления субсидированных кредитов в любом виде.

3. Финансовая изоляция банковской системы от предприятий и организаций с большой суммой просроченной кредиторской задолженности.

4. Сокращение спроса на кредиты Центрального банка путем стимулирования сбережений домохозяйств и использование их на инвестиции с помощью повышения депозитных ставок по личным счетам населения.

5. Для использования в качестве номинального якоря обменного курса необходимо первоначальное, кардинальное изменение системы формирования спроса и предложения на иностранную валюту в Республике.

Обязательным условием должно быть первоначальное наличие свободного рынка иностранной валюты, где курс валюты определяется соотношением неадминистративно контролируемых, а свободно формируемых спроса и предложения на иностранную валюту.

В ОБЛАСТИ БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ

Чтобы сократить потребность Правительства в займах на покрытие бюджетного дефицита, необходимо проведение жесткой финансовой политики, сведение к предельно допустимому минимуму дефицита государственного бюджета. Необходим пересмотр расходной и доходной

части государственного бюджета с целью уменьшения его структурного дефицита.

1. Меры по сокращению бюджетного дефицита со стороны государственных расходов представляют собой усиление контроля над расходной частью бюджета и совершенствование структуры государственных расходов за счет:

- сокращения текущих расходов, в том числе по статьям расходов, направляемых на содержание органов государственного управления и на развитие народного хозяйства. Следует распространить уже начавшееся сокращение штатов республиканских органов управления на весь государственный сектор. Подобная мера способствовала бы уменьшению фонда заработной платы в секторе государственного управления. Эту меру можно осуществить за счет сочетания таких методов, как замораживание найма, стимулирование увольнения с государственной службы по собственному желанию, а также целевое сокращение штатов в конкретных министерствах и ведомствах. Но при этом становится необходимым выделение достаточных ресурсов для помощи малообеспеченным семьям;
- ограничения и поэтапной отмены дотаций и субсидирования из бюджета нерентабельных государственных предприятий;
- сокращения расходов бюджетных организаций;
- контроля трансфертных выплат;
- увеличения доли расходов на отрасли, где экономическая отдача высока, например на финансирование инфраструктуры;
- отказа от практики безвозмездного бюджетного финансирования развития отраслей, отдельных предприятий, широкого использования на эти цели инвестиционных кредитов;

2) Меры по сокращению бюджетного дефицита со стороны доходов государственного бюджета должны быть направлены на совершенствование налоговой системы, проведение гибкой налоговой политики, обеспечивающей устойчивое пополнение доходов бюджета, стимулирует развитие малых частных предприятий, совместных с иностранным капиталом производств, перерабатывающих и выпускающих товары народного потребления. Формирование эффективной налоговой системы, усиление стимулирующей роли налогов, и, в то же время, увеличение налоговых поступлений возможно за счет:

- корректировки ряда налоговых ставок, в частности, ставки подоходного налога в сторону уменьшения, так как этот налог потерял стимулирующую функцию;
- отказа от налоговых льгот;
- уменьшения времени продвижения налогов с целью сокращения потерь государственных доходов от инфляции;
- выявления уклоняющихся от налогов за счет совершенствования механизма сбора налогов и развития инфраструктуры налоговых служб;
- увеличения акциза на бензин и дизельное топливо до уровня, соответствующего международной практике;
- более широкого использования налога на регистрацию транспортных средств и платы за пользование различных ресурсов.

По мере укрепления базы сельского хозяйства в среднесрочной перспективе появится возможность введения налога на добавленную стоимость и в этой отрасли.

В ОБЛАСТИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ

- последовательное повышение цен на энергоресурсы и закупочных цен на зерно и хлопок с доведением их уровня до уровня мировых цен;

- осуществление мер по недопущению искусственного повышения цен за счет проведения антимонопольной политики, разукрупнение высокомонопольных структур, создание условий для формирования конкурентной среды, укрепление роли цен, как рыночного регулятора.

В ОБЛАСТИ СТРУКТУРНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ

- обеспечение опережающего развития топливно-энергетического комплекса, наращивание объемов добычи и переработки нефти и природного газа и достижение за счет этого энергетической независимости республики;

- осуществление мер по ослаблению зависимости республики от ввоза из других стран важнейших видов продукции жизнеобеспечения народного хозяйства и населения на основе развития конкурентных производств внутри республики;

- более углубленная переработка важнейших видов сельскохозяйственного сырья (хлопка, шелка, плодоовощной продукции), развитие сопряженных производств отраслей легкой и местной промышленности;

- наращивание вторичного рынка ценных бумаг и создание благоприятных условий для деятельности других составляющих инфраструктуры рынка;

- отмена государственного заказа на зерно и снижение объема государственного заказа на хлопок.

ГЛАВА 2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ В СТРАНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

1. Проблема неравенства в распределении доходов

Необходимость измерения неравенства в распределении доходов между индивидуумами и группами индивидуумов заключается, прежде всего, в следующем. Прежде всего - это необходимость количественных оценок для проведения обоснованной социальной политики. С этой точки зрения важны не столько уровень или степень бедности, сколько материальное неравенство, как внутри страны, так и по сравнению с уровнем жизни в других странах. Это особенно актуально в настоящее время, когда существует свободный доступ к такого рода информации и люди могут сравнивать разные страны. Например, средняя месячная заработная плата в Узбекистане в декабре 1995 г. была \$35.8, а в Таджикистане - \$6.8¹, а в декабре 1996г. - \$53 в Узбекистане и \$15 в Таджикистане соответственно². В Узбекистане доход в \$6.8 в месяц в 1995 г. имели даже самые беднейшие слои населения. (Уровень цен в Таджикистане и Узбекистане практически одинаковый).

Таким образом, бедность - относительное явление. Где проводить черту бедности? - вопрос отчасти социальной политики и конкретных экономических возможностей. Важно иметь в виду, что уровни и оценка бедности никогда не бывают полностью объективными и несмещенными.

¹ (источник: "Труд-7" за 22 марта 1996 г.).

² (источник: "Труд-7 за 7 февраля 1997 г.).

С другой стороны, от распределения доходов между домохозяйствами зависит уровень общественного благосостояния. Действительно, оценка общественного благосостояния зависит как от размера совокупного дохода, так и от распределения доходов между гражданами, а также от уровня бедности. Падение доходов, с одной стороны, вызывает все большую дифференциацию, неравномерность их распределения, с другой стороны - ведет к резкому уменьшению уровня общественного благосостояния.

Далее, каждый человек подвержен жизненному риску и всегда задается вопросом: Что будет в будущем со мной или с моими близкими? (Так называемая философия Джона Роулса (Rowls). Какая степень бедности ожидает меня в худшем из вариантов? В соответствии с критерием Роулса, благосостояние общества определяется уровнем благосостояния самых бедных его членов [22, с.405]. Именно неопределенность будущего является одной из причин иммиграции людей из неблагополучных в экономическом отношении стран в более богатые. Иммиграции даже тех граждан бедной страны, уровень жизни которых в настоящий момент относительно высокий.

От распределения доходов между домохозяйствами зависит, наконец, устойчивость рыночного равновесия. Это следует из того, что вид и эластичность функции рыночного спроса на экономические блага во многом определяются именно величиной неравенства в распределении доходов. Полагаем, что тут необходимо обосновать этот вывод. (см. приложение 2).

2. Как измерять неравенство и бедность?

Экономисты и социологи давно интересуются измерением неравенства в распределении дохода. В

политических науках были предложены способы измерения неравенства (с помощью различных индексов) в системе голосования, вызванное заложением в законодательстве неравноправием, неравенство в налоговой системе, расовое неравенство в школах и т.д. [34] Задачей измерения неравенства является измерение разнообразия видов в экологии [48]. Измерение неравенства в распределении доходов исследовалось в работах [37, 51, 53].

Предостерегающие пояснения о недостатках методов измерения неравенства даны в [44]. Каждая мера измерения неравенства может вводить в заблуждение, так как любая из них предполагает сравнение несравнимых величин. Поэтому ко всем выводам о неравенстве распределения доходов следует подходить с известной долей осторожности. Мы можем делать не абсолютные, а лишь относительные выводы о неравенстве, бедности и несправедливости.

Статистические исследования частотного распределения доходов показывают, что они везде, во все времена соответствуют логарифмически нормальному закону. Это впервые заметил еще Парето. Математически функция плотности распределения вероятностей случайной величины Y - дохода домашних хозяйств может быть записана в виде:

$$f(y) = \begin{cases} \frac{1}{\sigma \sqrt{2\pi}} e^{-\ln y - m)^2 / (2\sigma^2)} & \text{если } y > 0; \\ 0, & \text{если } y \leq 0. \end{cases}$$

В этом случае функция распределения доходов представляет собой:

$$F(y) = \begin{cases} \frac{1}{\sigma \sqrt{2\pi}} \int_0^y e^{-\ln t - m)^2 / (2\sigma^2)} dt & \text{если } y > 0; \\ 0, & \text{если } y \leq 0. \end{cases}$$

$$m + \sigma^2 / 2$$

Математическое ожидание распределения: $EY = \dots$

С другой стороны, от распределения доходов между домохозяйствами зависит уровень общественного благосостояния. Действительно, оценка общественного благосостояния зависит как от размера совокупного дохода, так и от распределения доходов между гражданами, а также от уровня бедности. Падение доходов, с одной стороны, вызывает все большую дифференциацию, неравномерность их распределения, с другой стороны - ведет к резкому уменьшению уровня общественного благосостояния.

Далее, каждый человек подвержен жизненному риску и всегда задается вопросом: Что будет в будущем со мной или с моими близкими? (Так называемая философия Джона Роулса (Rawls). Какая степень бедности ожидает меня в худшем из вариантов? В соответствии с критерием Роулса, благосостояние общества определяется уровнем благосостояния самых бедных его членов [22, с.405]. Именно неопределенность будущего является одной из причин иммиграции людей из неблагополучных в экономическом отношении стран в более богатые. Иммиграции даже тех граждан бедной страны, уровень жизни которых в настоящий момент относительно высокий.

От распределения доходов между домохозяйствами зависит, наконец, устойчивость рыночного равновесия. Это следует из того, что вид и эластичность функции рыночного спроса на экономические блага во многом определяются именно величиной неравенства в распределении доходов. Полагаем, что тут необходимо обосновать этот вывод. (см. приложение 2).

2. Как измерять неравенство и бедность?

Экономисты и социологи давно интересуются измерением неравенства в распределении дохода. В

политических науках были предложены способы измерения неравенства (с помощью различных индексов) в системе голосования, вызванное заложением в законодательстве неравноправием, неравенство в налоговой системе, расовое неравенство в школах и т.д. [34]. Задачей измерения неравенства является измерение разнообразия видов в экологии [48]. Измерение неравенства в распределении доходов исследовалось в работах [37,51,53].

Предостерегающие пояснения о недостатках методов измерения неравенства даны в [44]. Каждая мера измерения неравенства может вводить в заблуждение, так как любая из них предполагает сравнение несравнимых величин. Поэтому ко всем выводам о неравенстве распределения доходов следует подходить с известной долей осторожности. Мы можем делать не абсолютные, а лишь относительные выводы о неравенстве, бедности и несправедливости.

Статистические исследования частотного распределения доходов показывают, что они везде, во все времена соответствуют логарифмически нормальному закону. Это впервые заметил еще Парето. Математически функция плотности распределения вероятностей случайной величины Y - дохода домашних хозяйств может быть записана в виде:

$$f(y) = \begin{cases} \frac{1}{y\sigma\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{(\ln y - m)^2}{2\sigma^2}} & \text{если } y > 0; \\ 0, & \text{если } y \leq 0. \end{cases}$$

В этом случае функция распределения доходов представляет собой:

$$F(y) = \begin{cases} \frac{1}{\sigma\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^y e^{-\frac{(\ln t - m)^2}{2\sigma^2}} dt & \text{если } y > 0; \\ 0, & \text{если } y \leq 0. \end{cases}$$

$$m + \sigma^2/2$$

Математическое ожидание распределения: $EY =$

$2m + \sigma^2 \quad \sigma^2$

Дисперсия: $D^2 Y = e \quad (e - 1)$.

Медиана: e^m .

$m - \sigma^2$

Мода: e .

Первый из известных подходов к измерению неравенства доходов и богатства был предложен Лоренцем [45].

Кривая Лоренца. Пусть n - количество домашних хозяйств, Y_i - доход i -го домашнего хозяйства, $i=1, \dots, n$. Обозначим через $Y_{(1)}, Y_{(2)}, \dots, Y_{(n)}$ упорядочение домашних хозяйств по неубыванию их дохода: $Y_{(1)} \leq Y_{(2)} \leq \dots \leq Y_{(n)}$. Геометрическое место точек, соединяющих на координатной плоскости точки $(k/n; S_k/S_n)$, $k=0, 1, \dots, n$; $S_0=0$, $S_k = \sum_{i=1}^k Y_{(i)}$ называется **кривой Лоренца**. (S_k равно общему богатству k первых домашних хозяйств, S_n равен богатству всех домашних хозяйств).

Пусть $TY = S_n$ - общее богатство всех домашних хозяйств. Предположим, что $\langle Y^1_1, Y^1_2, \dots, Y^1_n \rangle$ и $\langle Y^2_1, Y^2_2, \dots, Y^2_n \rangle$ - два разных распределения доходов между домашними хозяйствами. Набор $\langle Y^1_1, Y^1_2, \dots, Y^1_n \rangle$ представляет более равномерное распределение доходов, чем набор $\langle Y^2_1, Y^2_2, \dots, Y^2_n \rangle$ тогда и только тогда, когда

$$\sum_{i=1}^k Y^1_{(i)} \geq \sum_{i=1}^k Y^2_{(i)}, \quad k=1, \dots, n-1.$$

$$\sum_{i=1}^k Y^1_{(i)} = \sum_{i=1}^k Y^2_{(i)} = TY$$

Принцип перераспределений. Впервые "принцип перераспределений" рассмотрел Пигу [49]. В контексте распределения доходов принцип сформулирован Дальтоном [38].

Пусть Y_k - доход k -го домашнего хозяйства ($k=1, \dots, n$), и пусть известно, что $Y_i > Y_j$ для некоторых домашних хозяйств i, j . Обозначим через ΔY_{ij} количество дохода, переходящее от i -го домашнего хозяйства j -му. Тогда

согласно принципу перераспределений Дальтона, неравенство дохода уменьшается тогда и только тогда, когда $\Delta Y_{ij} \leq Y_i - Y_j$;
 или $Y_j \quad Y_j + \Delta Y_{ij} \quad Y_i - \Delta Y_{ij} \quad Y_i \quad Y_j \quad Y_i$
 $-\Delta Y_{ij} \quad Y_j + \Delta Y_{ij} \quad Y_i$

3. Распределение заработной платы по отраслям экономики Республики Узбекистан.

В странах с переходной экономикой мы сталкиваемся с отсутствием данных о распределении доходов. Однако оценить степень неравенства иногда представляется возможным и в условиях, когда нет данных специальных социологических исследований об уровне доходов или расходов отдельных домашних хозяйств. Для грубой оценки всегда можно воспользоваться официальной статистической информацией. В качестве примера рассмотрим проблему неравенства в заработной плате в различных отраслях экономики Республики Узбекистан.

В таблице 9 приведены данные о количестве занятых и средней заработной плате по 19 отраслям экономики Узбекистана в 1994-1995 гг.

Таблица 9

Отрасли	январь-декабрь 1994 г.		январь-декабрь 1995 г.		декабрь 1995 г.	
	Количество занятых, тыс чел	Средняя зарплата, сумм	Количество занятых, тыс чел	Средняя зарплата, сумм	Количество занятых, тыс чел	Средняя зарплата, сумм
1 Промышленность	940	406	854.0	1529	819.3	2706
2 Растениеводство	384.8	250	378.1	808	357.5	1776
3 Животноводство	104.7	201	84.3	620	77	1223
4 Лесное хозяйство	4.4	157	5.3	694	5.3	1209
5 Транспорт	258.9	347	259.5	1427	258.9	2474
6 Связь	44.7	348	43.4	1521	43.6	3533
7 Строительные организации	397	425	320.6	1655	310.5	3218

8 Проектные организации по обслуживанию строительства	15.2	490	13.9	1915	13.7	3768
9 Торговля	241.2	157	194.4	556	176.2	799
10 Общественное питание	58.1	139	46.9	528	42.3	774
11 Информационно-вычислительное обслуживание	4.6	244	2.7	1716	2.6	3628
12 Жилищно-коммунальное хозяйство	110.4	258	116.9	1064	118.6	2034
13.Здравоохранение и социальное обеспечение	472.1	140	469.6	665	463.5	1033
14.Народное образование	846	167	858.5	577	860.6	1048
15.Культура и искусство	61.5	171	62.4	770	62.3	1248
16.Наука и научное обслуживание	45.6	344	41.6	1209	40.5	2439
17.Финансы, кредит, страхование и пенсионное обеспечение	32.4	519	38	1789	38.6	3835
18.Органы управления	84.4	329	87	1041	87.9	1906
19.Другие отрасли	218	235	252.1	949	245.9	1888
ВСЕГО	4341.3	274	4126.8	1057	4024.8	1911

Источник: ГОСКОМПРОГНОЗСТАТ Республики Узбекистан.

Частотные распределения заработной платы в 1994-1995 гг. имеют ряд особенностей (Схемы 7-12; таблица 10):

1. Не подчиняются логарифмически нормальному закону. Более того, имеют ярко выраженную "двуторбость" (две моды).

2. Модальным значениям заработной платы соответствуют отрасли "Народное образование" и "Промышленность", средние заработные платы в которых различаются в 2.5 раза. По сути дела, "двуторбость" частотного распределения заработной

платы в 1994-1995 гг. отражает сложившееся различие и оплате труда в бюджетных и небюджетных организациях.

3. На уровне отраслей, несмотря на изменения с течением времени, не обнаруживается больших отклонений от отраслевой структуры относительной заработной платы, существовавшей до 1994 г. Индекс Джини и другие индексы измерения неравенства практически не изменились. Ситуация несколько похожа на Россию 1993 г., когда авторами [28] отмечалась "сила организационных структур в установлении заработной платы" и относительная стабильность по отраслям. Исключение составляют разве лишь отрасли "Информационно-вычислительное обслуживание" и "Финансы, кредит, страхование и пенсионное обеспечение". Если к концу 1995 г. в отрасли "Информационно-вычислительное обслуживание" число работников по сравнению с 1994г. сократилось в 7 раз, то темп прироста заработной платы был в 2 раза выше, чем в среднем по экономике. В отрасли "Финансы, кредит, страхование и пенсионное обеспечение" за 1994-1995 гг. по сравнению с 1993 г. количество работников выросло на 40.5% (заработная плата в этот период сохранялась на уровне 170%-200% от средней по всей экономике, что, впрочем, характерно для всех стран СНГ).

4. Коэффициенты Фишлоу для распределения заработной платы по отраслям в 1995 г. относительно "дорогой" и "дешевой" потребительских корзин (Таблицы 12 и 13 п.6) составляют соответственно 2954.7 млн. и 2123.0 млн. сумов или 38% и 28% всего фонда заработной платы. Как минимум, столько средств необходимо, чтобы поднять заработную плату наименее низкооплачиваемых работников до уровня, соответствующего стоимости минимальной потребительской корзины. Отметим, что в декабре 1995 г. зарплату ниже, чем стоимость "дорогой"

корзины получали 50% работников, ниже, чем стоимость "дешевой" корзины - 45% работников. В то же время рассчитанные коэффициенты Фишлоу по сравнению с ВВП Узбекистана незначительны и составляют 1.1%-1.5% ВВП.

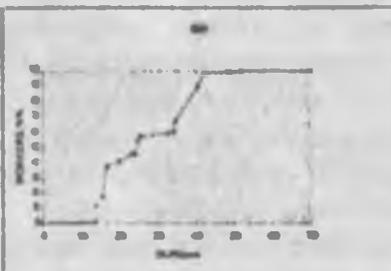
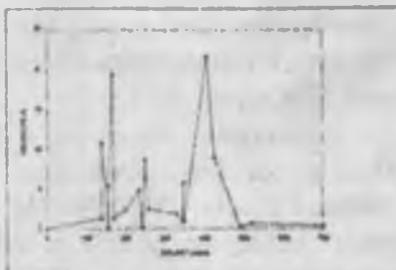


Схема 7. Частотное распределение заработной платы в отраслях экономики Узбекистана в 1994 г.

Схема 8. Распределение заработной платы в отраслях экономики Узбекистана в 1994 г.

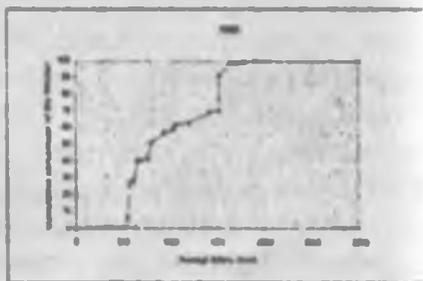
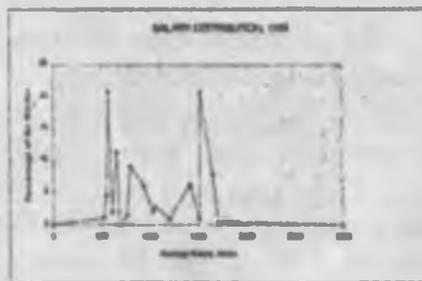


Схема 9. Частотное распределение заработной платы в отраслях экономики Узбекистана в 1995 г.

Схема 10. Распределение заработной платы в отраслях экономики Узбекистана в 1995 г.

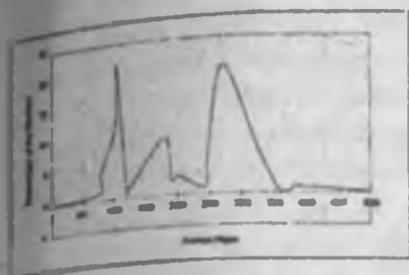


Схема 11. Частотное распределение заработной платы в отраслях экономики Узбекистана в декабре 1995 г.

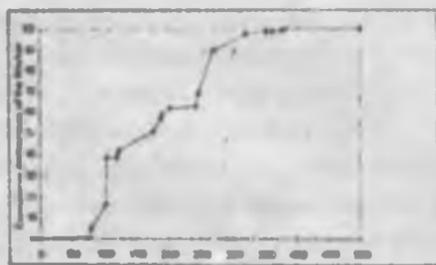


Схема 12. Распределение заработной платы в отраслях экономики Узбекистана в декабре 1995 г.

Таблица 10.

Статистические характеристики распределения заработной платы по отраслям экономики Узбекистана в 1994-1995 гг.

	1994 г.	1995 г.	декабрь 1995 г.
Средняя зарплата, сумы	274	1057	1911
Медианная зарплата, сумы	247	800	1770
Модальная зарплата, сумы	167 и 406	580 и 1530	1050 и 2700
Иndice Джини	23%	23%	25%
Количество работников, имеющих зарплату ниже средней	58%	60%	60%
Минимальное большинство	67%	68%	68%
Коэффициент Фишлоу относительно стоимости "дешевой" корзины, млн сумов		2123.0	
Коэффициент Фишлоу относительно стоимости "дорогой" корзины, млн сумов		2954.7	

5. Коэффициент Джини относительно низок и не отражает истинное неравенство в распределении заработной платы по отраслям. Очевидно, учет неравенства распределения заработной платы внутри отраслей должно привести к увеличению значений

индексов неравенства для всей экономики в целом. Это следует из того, что совокупный уровень неравенства есть результирующая двух измерений: неравенства между отраслями и неравенства внутри отраслей.

Мы попытались оценить распределение заработной платы внутри отрасли "Строительство" по выборочным данным заработной платы за июль 1996 г. для 256 работающих в данной отрасли (включая рабочих и административный персонал). С уровнем значимости $\alpha = 0.05$ по критерию Колмогорова распределение заработной платы внутри отрасли "Строительство" согласуется с усеченным нормальным распределением с плотностью распределения вероятностей

$$f(y) = \begin{cases} \frac{1}{a\sigma\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{(y-m)^2}{2\sigma^2}}, & \text{если } y > 0; \\ 0, & \text{если } y \leq 0. \end{cases}$$

где

$$a = \frac{1}{\sigma\sqrt{2\pi}} \int_0^{\infty} e^{-\frac{(y-m)^2}{2\sigma^2}} dt \quad - \text{нормирующая постоянная распределения.}$$

Параметры распределения для данной отрасли: $m = 5600$, $\sigma = 2910$. Индекс Джини для распределения заработной платы в отрасли "Строительство" оказался равным 0.29 (Схемы 13, 14).

6. Для оценки неравенства в распределении заработной платы по всей экономике Узбекистана предположим, что во всех отраслях оно имеет усеченное нормальное распределение, причем коэффициент вариации везде одинаковый и равен $V = 0.52$, как и в отрасли "Строительство", т.е. параметры распределения связаны соотношением: $\sigma = 0.52m$. Тогда распределение заработной платы для

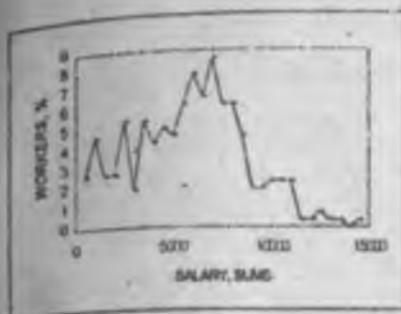


Схема 13. Частотное распределение платы в отрасли "Строительство"

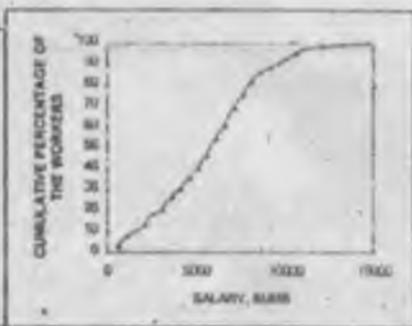


Схема 14. Распределение заработной платы в отрасли "Строительство"

всей экономики Узбекистана в целом представляет собой смесь распределений заработной платы по 19 отраслям (таблица 9). Функция распределения заработной платы $F(y)$ для всей экономики Узбекистана в целом определяется как

$$F(y) = \frac{n_1}{n} F_1(y) + \dots + \frac{n_k}{n} F_k(y),$$

где $n = n_1 + \dots + n_k$ общее количество всех занятых, n_i - количество работников в i -й отрасли, $F_i(y)$ - функция распределения заработной платы в i -й отрасли, $i = 1, \dots, k$.

На схемах 15, 16 представлены функции распределения вероятностей и кривая Лоренца для заработной платы в экономике Узбекистана в целом за декабрь 1995 г. (Расчеты основаны на сделанных в данном пункте предположениях). Статистические характеристики данного распределения следующие: средняя зарплата = 1470 сумов; медианная зарплата = 1760 сумов; модальная зарплата = 1770 сумов; дисперсия = 267460; коэффициент Джини = 38%. При уровне значимости $\alpha = 0.05$ распределение заработной платы согласуется по критерию Колмогорова с усеченным нормальным законом с параметрами $m = 1470$, $\sigma = 517$.

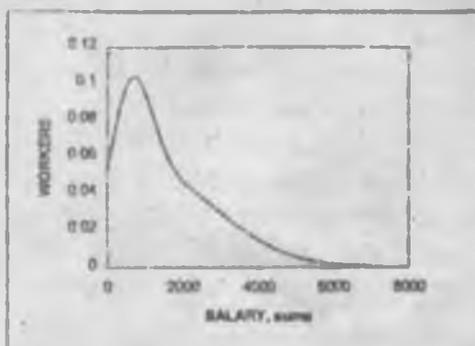


Схема 15.

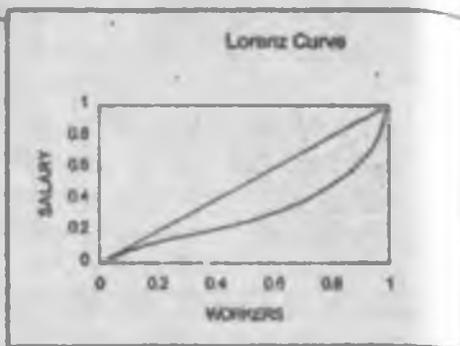


Схема 16.

4. Распределение заработной платы по отраслям экономики Республики Таджикистан.

Для сравнения, рассмотрим распределение заработной платы по отраслям экономики Таджикистана. В таблице 11 приведены данные о средней заработной плате в Таджикистане в 1995 г.

Таблица 11.

Отрасли	Средняя зарботная плата, тадж. рубл	Коли- чество работ- ников, чел.
Всего по народному хозяйству	731	1271058
Промышленность	1559	164209
Сельское хозяйство	464	519729
Лесное хозяйство	316	1896
Рыбное хозяйство	756	314
Транспорт	1072	47150
Энергетика	1100	9859
Строительство	1256	74350
Торговля	565	64755
Информационно-вычислительное обслуживание	1023	902
Осуществлению операций с недвижимостью	878	32

Общая коммерческая деятельность по обеспечению рынка	738	1156
Геология и разведка недр	1123	2639
Прочие отрасли сферы материального производства	670	11851
Жилищно-коммунальное хозяйство	651	20537
Здравоохранение	503	87490
Народное образование	448	10798.5
Культура и искусство	631	15191
Наука	878	6219
Кредитование, финансы	2039	6816
Органы управления	793	22803
Совместные предприятия	1187	4781
Малые предприятия	804	22870
Предприятия частные	1802	9619
Кооперативы	853	7815

Источник: Статуправление Республики Таджикистан

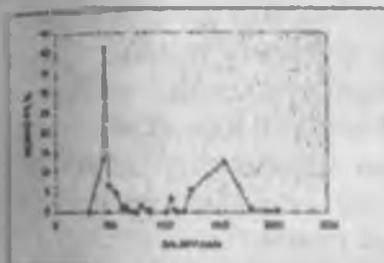


Схема 17. Частотное распределение заработной платы в Таджикистане в 1995 г.

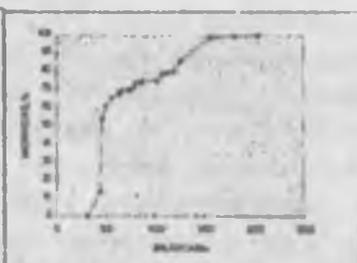


Схема 18. Распределение заработной платы в Таджикистане в 1995 г.

Статистические характеристики распределения заработной платы по отраслям экономики Таджикистана в 1995 г.

Таблица 12.

Средняя зарплата, таджикские рубли	731
Медианная зарплата, таджикские рубли	460
Модальная зарплата, таджикские рубли	464
Индекс Джини	25%

Количество работников, имеющих зарплату ниже средней	70%
Минимальное большинство	73%
Коэффициент Фишлоу относительно стоимости "дешевой" корзины, млн. таджикских рублей	5390
Коэффициент Фишлоу относительно стоимости "дорогой" корзины, млн. таджикских рублей	7190

Итак, распределение заработной платы по отраслям экономики в Таджикистане похоже на распределение заработной платы в Узбекистане, но на более низком уровне оплаты труда. Если черту бедности установить на уровне стоимости минимальной потребительской корзины (таблицы 14,15), то практически все работники попадают в число бедных. Чтобы повысить всем зарплату до стоимости "дешевой" потребительской корзины требуется 5390 млн. таджикских рублей или 48.5% всего фонда заработной платы, а до стоимости "дорогой" корзины, соответственно, 7190 млн. таджикских рублей или 64.5% всего фонда заработной платы.

5. Распределение доходов в 1994 г. в Республике Кыргызстан.

Частотные распределения доходов (схемы 19,20) в Республике Кыргызстан в 1994 г. основаны на данных выборочного обследования доходов домашних хозяйств. Распределение доходов подчиняется логарифмически нормальному закону. Данная гипотеза не противоречит критерию согласия χ^2 при уровне значимости $\alpha = 0.01$ (доверительной вероятности $p = 0.99$). Параметры теоретического логарифмически нормального распределения равны: $m = 4.7$; $\sigma = 0.67$. Отсюда: средний доход $= e^{m + \sigma^2/2} = 138$ сомов;

дисперсия = $e^{2m} + \sigma^2 (e^{\sigma^2} - 1) = 10774$;

коэффициент вариации = 0.75;

медианный доход = $e^m = 110$ сомов;

модальный доход = $e^{m-\sigma^2} = 70$ сомов.

Количество населения, имеющего доход ниже среднего = 66%.

Коэффициент Фишлоу:

относительно 50% среднего дохода = 22006 тыс. или 3.5% всего дохода.

относительно 50% медианного дохода = 3591 тыс. или 0.6% всего дохода.

Коэффициент Шутца = 20.3.

Минимальное большинство = 72%.

Коэффициент Джиини = 32%.

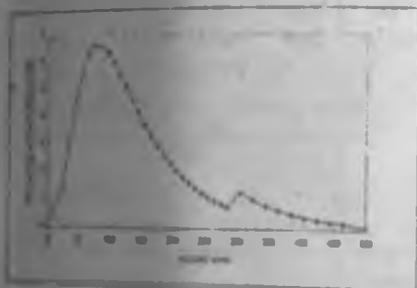
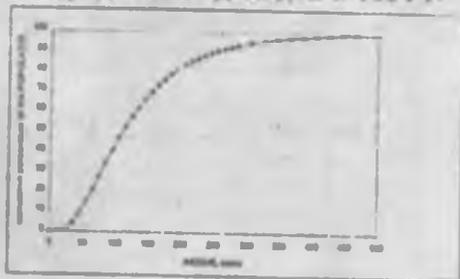


Схема 20. Распределение доходов в 1994 г.

Схема 19. Частотное распределение доходов в 1994 г.



Итак, если установить черту бедности равной 50% среднего дохода или 69 сомов, то уровень бедности составит 1212 тыс. человек или 27% от всего населения Республики Кыргызстан. В идеальном случае при совершенно направленной социальной помощи потребуются 22 млн. сомов (3.5% всего дохода), чтобы поднять доходы до черты бедности 69 сомов.

6. Доходы и потребительский минимум.

Соотношения средней заработной платы и стоимости минимальных потребительских корзин в столицах пяти государств Центральной Азии приведены в таблицах 14, 15. Расчеты произведены на основе "Нормативов физиологического минимума продуктов питания на душу населения" (таблица 13), разработанных и утвержденных в 1990 г. НИИ санитарии и гигиены СССР.

Таблица 13.

Нормативы физиологического минимума продуктов питания на душу населения. Стоимость единицы измерения продуктов в столицах государств Центральной Азии 1-я половина сентября 1995 г.

Наименование продукта	Количество кг	Ташкент сум	Алма-ты тенге	Бишкек сом	Душанба тадж. рубль	Ашгабад манаты	
						гос-тор-говля	на рынке
1	2	3	4	5	6	7	8
Бобовые (фасоль, маш и т.д.)	0.195	23	-	-	200	-	-
Мука пшеничная	0.211	16	18	3.71	44	2	200
Рис	0.41	28	18	6	210	8	150
Крупы, кроме риса	0.233	25	-	4	150	-	-
Хлеб пшеничный	5.13	10	18	3	23	1	200
Хлеб ржаной	3.205	9.3	16	3	-	-	-
Макаронные изделия	0.405	34	50	8	70	100	230
Кондитерские изделия*	0.3	80	250	20	200	-	450
Картофель	4.2	13	15	1.8	10	-	300
Калуста свежая	1.265	5	-	1.5	15	100	100
Огурцы и помидоры свежие	2.04	15	15	1.5	23	100	200
Свекла и морковь	2.095	3	10	2.5	17	50	150
Другие овощи (лук и т.д.)	2.9	4	8	1.5	13	80	90
Баклажаны в среднем	1.62	2	8	2	35	50	50
Фрукты и ягоды свежие в среднем	4.7	20	25	3	27	-	-
Сухофрукты	0.59	35	140	2	130	-	-

1	2	3	4	5	6	7	8
Виноград свежий	1.165	15	30	60	30	35	60
Цитрусовые в среднем	0.308	-	30	10	-	-	30
Паста томатная*	0.5	-	-	12	150	100	300
Говядина	1.45	50	140	15	200	30	300
Баранина	0.555	70	110	18	220	30	300
Св. птица*	0.555	70	-	19	350	30	400
Мясо птицы домашней	0.63	40	180	22	120	190	1000
Субпродукты: 1 категория (печень, язык и т.д.)	0.017	45	-	18	180	-	-
Колбасные изделия в среднем	0.405	90	250	35	300-350	300	1500
Рыба свежая	0.575	20	-	13	60	-	95
Рыба соленая, сушеная	0.145	30	300	18	-	-	-
Соль всех видов	0.065	120	-	35	300	-	-
Рыбные консервы в среднем	0.145	300	240	90	-	-	120-200
Молоко цельное	11.4 литров	6	25	2.2	20	1.5	100
Сметана и сливки	0.455	50	150	20	300	3	3
Масло животное	0.605	35	250	34	350	30	350
Творог (сырная масса)	0.8	25	180	7	70	45	150-200
Сыр, брынза	0.325	120	220	44	230	-	1000
Яйца	18 штук	4	5	0.9	5	-	35
Маргарин и другие жиры	0.048	50	-	32	-	-	-
Масло растительное	0.53	70	120	19	220	8	8
Чай	0.06	150	280	50	300	-	-
Соль	0.24	2.5	25	2	4	-	-
Перец	0.003	600	1000	-	-	-	-
Сахар	1.62	25	50	9	160	25	300
Кофе*	0.1	600	1600	200	7000	7500	9000
Какао*	0.1	300	-	200	2500	6000	8000
Зубная паста	0.3 тюбика	12-35	50	4	60	-	250
Мыло хозяйственное	2 куска	9	30	2.5	55	3	150
Мыло туалетное	2 куска	5	30	3	35	-	200
Спички	3 коробки	1.25	2	0.5	10	-	15
Сигареты с фильтром*	2 пачки	10-40	40	5	45	-	100-480
Сигареты без фильтра*	2 пачки	3-4	12	1.5	15	25	25

Примечание: * обозначены продукты, которые, находясь в списке, в то же время не являются жизненно необходимыми
 Источник: "Бизнес-Вестник Востока", 1995.

Заметим, что в практически равном положении находятся столицы государств Узбекистан, Казахстан, Кыргызстан и Туркменистан. По уровню жизни резко отличается Таджикистан 1995 года. Из схемы 21 видно, что даже средняя зарплата в Таджикистане "не дотягивает" до стоимости физиологического минимума в 5-7 раз. В то же время, доход, не ниже среднего, обычно имеют не более 20%-30% всего населения. (Это связано с логарифмически нормальным характером распределения доходов, где мода меньше медианы, а медиана меньше среднего).

Таблица 14

Стоимость минимальных потребительских корзин в столицах государств Центральной Азии, конец сентября 1995 г.
 ("Дорогая корзина" на основе табл.13 потребительского минимума продуктов питания на душу населения)

	Ташкент сум	Алма-ты. тенге	Бишкек, сум	Душанбе тади руб	Ашгабад, манат
1 Стоимость физиологического минимума продуктов питания на душу населения	1361	2609	472	6231	14168
2 Транспорт (месячный проездной абонемент)	300	220	80	100	60
3 Жилае	54	300	30	40	бесплатно
4 Электроэнергия	7,5	50	1,5	1,75	бесплатно
5 Телефон	15		2,5	15	бесплатно
Итого стоимости потребительских корзин	1738	3479	586	6388	14228
Долированные или членские стоимости потребительских корзин по курсам ЦБ республик	\$51 87	\$57 11	\$54 79	\$37 78	\$28 42
Процентное превышение стоимости минимальных потребительских корзин над средними уровнями заработных плат	73%	22%	49%	811%	84%

Таблица 15

Стоимость минимальных потребительских корзин в столицах государств Центральной Азии, конец сентября 1995 г. ("Дешевая корзина" на основе скорректированной табл. 13 потребительского минимума продуктов питания на душу населения, без продуктов, отмеченных*)

	Ташкент, сумы	Алматы, тенге	Бишкек, сомы	Душанбе, тадж. руб	Ашгабад, манат
1. Стоимость физиологического минимума продуктов питания на душу населения	1160	2530	405	4832	11616
2. Транспорт (месячный проездной абонемент)	300	220	80	100	60
3. Жилье	54	300	30	40	бесплатно
4. Электроэнергия	7.5	50	1.5	1.75	бесплатно
Итого стоимости потребительских корзин	1522	3100	517	4974	11676
Долларовый эквивалент стоимости потребительских корзин по курсам ЦБ РФ (блик)	\$45.42	\$50.89	\$47.53	\$29.40	\$23.32
Процентное превышение стоимости минимальных потребительских корзин над средними уровнями заработной плат	52%	8%	29%	454%	35%



Схема 21. Превышение стоимости минимальных потребительских корзин над средними уровнями заработных плат в столицах государств Центральной Азии (конец сентября 1995 г.)

7. Динамика заработной платы и цен на продукты питания в Узбекистане.

На схеме 22 приведена динамика минимальной и средней заработной плат в Узбекистане в 1994-1996 гг.

Годовой темп роста минимальной заработной платы в 1995 г. составил 1.6, а средней заработной платы 2.6. Для сравнения: темпы роста минимальной и средней заработной плат в 1995 г. в Кыргызстане 1.1 и 1.5; в Казахстане 1.2 и 1.7 соответственно. (Источник: Инфоцентр по ценам Республики Узбекистан). С точки зрения социальных проблем представляет интерес изменение цен на основные продукты питания (таблица 16).



Схема 22. Изменение минимальной и средней заработной платы в Республике Узбекистан в 1994-1996 гг., сумы

На схеме 23 показаны необходимые количества минимальной зарплаты и средней зарплаты для приобретения набора из 19 важнейших продуктов питания в Узбекистане.

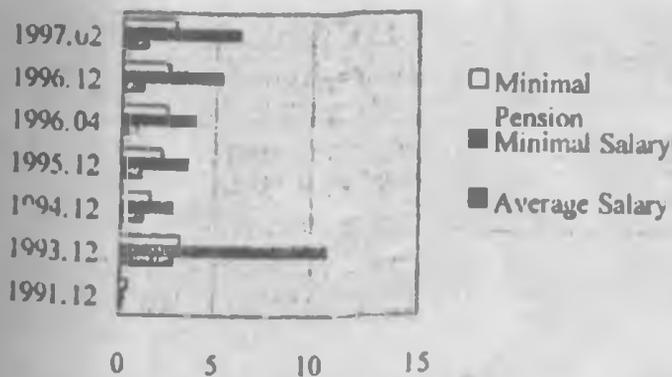


Схема 23. Необходимое количество минимальной и средней зарплаты для приобретения набора из 19 важнейших продуктов питания в Узбекистане.

Таблица 16.

Динамика стоимости набора из 19 важнейших продуктов питания в
Узбекистане в 1991-97 гг.

	Меся- чная нор- ма	Цена ед. продукта на						Стоимость набора на				
		декаб- рь 1991г руб	дека- брь 1993г сум- куп.	дека- брь 1994г сум	дека- брь 1995г сум	апре- ль 1996г сум	дека- брь 1991г руб	дека- брь 1993г сум- куп.	декаб- рь 1994г сум	дека- брь 1995 сум	апр- ель 1996 сум	
Хлеб черн., кг	7.7	0.2	50	5.1	10.5	19.3	1.54	385	39.27	80.85	148.8	
Хлеб бел., кг	7.25	0.24	130	7.2	18.5	30.83	1.74	942.5	52.2	134.13	221.8	
Рис, кг	1.5	0.8	400	6.2	24	40	1.2	600	9.2	36	60	
Вермишель, кг	0.6	0.56	625	27.6	34	42.5	0.34	375	16.56	20.4	25.8	
Сахар-пес., кг	2.1	0.8	1000	16	30	45	1.68	2100	33.6	63	94.5	
Масло растит., кг	0.85	1.4	1000	15	37	42	1.19	850	12.75	31.45	35.7	
Масло сив., кг	0.3	3.56	6080	50	120	120	1.05	1800	15	36	36	
Говядина, кг	3.5	1.9	7000	25	50	80	6.65	24500	87.5	175	280	
Колбаса вар., кг	1.8	2.1	6150	62	84	144	3.78	11070	111.6	151.2	259.2	
Колбаса полукол., кг	1	3.4	6310	75	100	120	3.4	6310	75	100	120	
Молоко, л	15.5	0.28	200	2.2	10	19	4.34	3100	34.1	155	294.5	
Сметана, кг	0.35	1.4	545	16	63	130	0.49	190.7	5.6	22.05	45.5	
Сыр твердый, кг	0.2	2.9	2260	104	120	120	0.58	452	20.8	24	24	
Яйца, десяток	1.5	1.3	3450	28	50	50	1.95	5175	42	75	75	
Картофель, кг	12.5	0.16	700	5	15	24	2	8750	62.5	187.5	300	
Капуста белокоч., кг	2.5	0.06	325	2	8	10	0.15	812.5	5	20	25	
Лук репч., кг	0.85	0.19	400	4	5	12	0.16	340	3.4	4.25	10.2	
Яблоки, кг	1	0.56	6000	26	30	40	0.56	6000	26	30	40	
Сигареты, пачки	8	0.14	1200	2	5	5	1.12	9600	16	40	40	
Всего							33.92	83352	668	1385	2137	
Средняя зарплата							334	30220	581	1357	2628	
Минимальная зарплата							157	7688	250	400	550	
Минимальная пенсия							90	26300	430	645	900	
Необходимое кол-во средней зарплаты для покупки соответствующего набора							0.1	2.76	1.15	1.02	0.81	
Необходимое кол-во миним. зарплаты для покупки соответствующего набора							3.22	10.84	2.7	3.46	3.80	
Необходимое кол-во миним. пенсия для покупки соответствующего набора							0.38	3.17	1.55	2.15	2.37	

Продолжение табл. 16

	Месячная норма	Цена ед. продукта на		Стоимость набора на	
		декабрь 1996г. (сум)	февраль 1997г. (сум)	декабрь 1996г. (руб)	февраль 1997г. (сум)
Хлеб черн., кг	7.7	28	28	215.6	215.6
Хлеб белый, кг	7.25	42	42	304.5	304.5
Рис, кг	1.5	60	60	90	90
Вермишель, кг	0.6	55	67	33	40.2
Сахар-песок, кг	2.1	60	60	120	120
Масло растит., кг	0.85	130	130	110.5	110.5
Масло слив., кг	0.7	220	500	66	150
Говядина, кг	3.5	135	190	472.5	665
Колбаса вар., кг	1.8	200	220	360	396
Колбаса полукоп., кг	1	220	240	220	240
Молоко, л	15.5	22	25	341	387.5
Сметана, кг	0.35	140	160	51.6	58.8
Сыр твердый, кг	0.2	152	320	30.4	64
Яйца, десяток	1.5	130	140	195	210
Картофель, кг	12.5	25	28	312.5	350
Капуста белокоч., кг	2.5	7	17	17.5	42.5
Лук репчатый, кг	0.65	10	12	8.5	10.2
Яблоки, кг	1	30	40	30	40
Сигареты, пачки	8	25	25	200	200
Всего				3195	3700
Средняя зарплата				2900	2900
Минимальная зарплата				600	600
Минимальная пенсия				1300	1300
Необходимое кол-во средней зарплаты для покупки соответствующего набора				1.1	1.3
Необходимое кол-во миним. зарплаты для покупки соответствующего набора				5.3	6.2
Необходимое кол-во миним. пенсии для покупки соответствующего набора				2.45	2.6

Источник: ГОСКОМПРОГНОЗСТАТ Республики Узбекистан и расчеты автора.

Конечно, худшее положение (декабрь 1993 г.) пройдено, когда для приобретения указанного набора требовалось 2.76 средней зарплаты, 3.17 минимальных пенсий и 10.84 минимальных зарплат. Однако, если

положение тех, кто работает и получает заработную плату, улучшается (с января 1996 г. средняя зарплата позволяет приобрести рассматриваемый набор), то положение пенсионеров ухудшается.

Итак, статистический анализ заработной платы, доходов и стоимости минимальных потребительских корзины показывает, что в рассматриваемых странах дифференциация доходов и заработной платы невелика. До сих пор, скорее всего, основными принципами формирования доходов выступают трудовой характер их получения (в виде заработной платы) и уравнительный подход. В то время, когда слой собственников только формируется, доходы от собственности составляют лишь небольшую часть доходов населения. Неравенство в оплате труда обусловлено в основном разным уровнем заработной платы в разных отраслях экономики. В худшем положении оказались работники здравоохранения, народного образования, культуры и искусства, т.е. работники бюджетных организаций. Их средняя месячная заработная плата к концу 1995 г. составила лишь 0.4-0.5 зарплаты работников промышленности, 0.27-0.3 зарплаты работников финансовых и кредитных организаций.

Надо отметить, что, хотя официальная заработная плата в отрасли "Сельское хозяйство" в среднем соответствует уровню зарплаты в бюджетных отраслях, заработок сельского населения включает также натуральную оплату труда, бесплатную аренду земельных участков и доходы от продажи произведенных в домашнем хозяйстве сельскохозяйственных продуктов. Доходы работников отраслей "Торговля" и "Общественное питание" в странах Центральной Азии также отличаются от официального размера зарплаты из-за скрытых доходов. (Предприятия торговли и общественного питания в Узбекистане склонны скрывать

налоговый доход, так как платят налог с выручки в размере 38%. Предприятия в других отраслях экономики Узбекистана платят налог с прибыли в размере 17.5%-18%).

Единственный путь повышения уровня жизни и поддержки бедных в странах Центральной Азии - это ускорение экономического роста. Только быстрый экономический рост позволит поднять доходы основной массы населения выше черты прожиточного минимума.

ПРИЛОЖЕНИЯ К ГЛАВЕ 2.

Приложение 1: Индексы неравенства и бедности. Рассматриваемые ниже индексы неравенства описаны в [46].

1. Дисперсия. Известной мерой рассеяния является дисперсия:

$$INE = (1/n) \sum_{i=1}^n (Y_i - AY)^2 .$$

где $AY = (1/n) \sum_{i=1}^n Y_i$ - средний доход. В [51,54] для измерения неравенства использовались родственные меры:

$$INE = \left\{ (1/n) \sum_{i=1}^n (\log Y_i - \log AY)^2 \right\}^{1/2}$$

и

$$INE = \left\{ (1/n) \sum_{i=1}^n (\log Y_i - AY)^2 \right\}^{1/2}$$

Нормализованным вариантом квадратного корня дисперсии является коэффициент вариации:

$$INE = \left\{ (1/n) \sum_{i=1}^n (Y_i - AY)^2 \right\}^{1/2} / AY .$$

2. Суммы квадратов. Данная мера предложена Симпсоном в [52]:

$$INE = \sum_{i=1}^n Y_i^2 .$$

С этой мерой неравенства тесно связана ее модификация:

$$INE = \left[\sum_{i=1}^n Y_i^2 - TY / (TY - 1) \right] .$$

Эмлен (Emlen) в [41] предложил меры:

$$INE = TY(TY-1) / (\sum_{i=1}^n Y_i^2 - TY)$$

"

$$INE = 1 - (\sum_{i=1}^n Y_i^2 - TY) / (TY(TY-1))$$

которые в биологической литературе называются мерами разнообразия Симпсона.

С мерами (12), (13) тесно связана мера

$$INE = [TY - (\sum_{i=1}^n Y_i^2)^{1/2}] / [TY - TY^{1/2}],$$

которая используется в [47].

3. Часто используемой мерой неравенства является энтропия:

$$INE = - \sum_{i=1}^n Y_i \log Y_i.$$

В [41] предложена аналогичная мера, получаемая из (15) подстановкой $e^{-Y_i/TY}$ вместо Y_i :

$$INE = \sum_{i=1}^n (Y_i/TY) e^{-Y_i/TY}.$$

4. Мерой неравенства, предложенной Джини (Gini, С.), является удвоенная площадь между кривой Лоренца и диагональю квадрата. Другими словами, коэффициент Джини равняется отношению площадей между кривой Лоренца и диагональю квадрата:

$$INE = [1 / (2n^2 AY)] \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \frac{|Y_i - Y_j|}{\min(Y_i, Y_j)} = 1 - [1 / (n^2 AY)] \sum_i \sum_j$$

где $AY = (1/n) \sum Y_i$ - средний доход.

5. Минимальное большинство - это наименьшее число индивидуумов, управляющих большинством с помощью законодательной власти [34]. Эта мера, используемая обычно в политических науках, является также мерой неравенства. Если дана кривая Лоренца $s=L(a)$, где a - накопленная относительная численность домашних хозяйств в системе, s - накопленный относительный доход, то минимальным большинством является мера

$$INE=L^{-1}(1/2)=L^{-1}(50\%).$$

(Здесь L^{-1} - функция, обратная к функции Лоренца).

6. 100 α - процентный уровень. Если дана кривая Лоренца $s=L(a)$, то

$$INE=100\% [1-L(1-\alpha)]$$

называется 100 α - процентным уровнем. Эта мера представляет собой полное имущество самых богатых 100 α % домашних хозяйств.

Аналогично, мера

$$INE=100\% L(\alpha)$$

представляет собой общее богатство 100 α % домашних хозяйств с наименьшими доходами.

7. Мера бедности по Фишлоу. Пусть $u^+=\max(u,0)$. Тогда функция

$$INE=\sum_{i=1}^n (P-Y_i)^+$$

представляет собой общий совокупный доход, который должен быть перераспределен из дохода сверх черты бедности P в доход ниже этого уровня, чтобы добиться выравнивания доходов [42].

8. Коэффициент Шулца [53] геометрически характеризует наклоны кривой Лоренца. Эта мера неравенства в распределении доходов представляет собой общий относительный избыток над средним:

$$INE = \sum_{Y_i \geq AY} (Y_i/AY - 1) = \left[\sum_{i=1}^n (Y_i - AY)^+ \right] / AY .$$

(Здесь AY - средний доход).

9. Пусть AY_1 и AY_2 обозначают соответственно суммы доходов, больших чем I , и меньших, чем AY . В работе [40] предложены следующие три показателя в качестве меры неравенства в распределении доходов:

$$INE = AY_1 / AY_2,$$

$$INE = AY_1 / AY_2,$$

$$INE = AY_1 / AY_2 .$$

10. Меры, основанные на выгоде. Пусть $U(I)$ - некоторая функция общественной выгоды.

10.1. Мера по Дальтону [39, 51]:

$$INE = \left[\sum_{i=1}^n U(Y_i) \right] / [nU(AY)] .$$

10.2. Мера по Атчисону [36]:

$$INE = 1 - (1/AY) \sum_{i=1}^n U(Y_i) .$$

Приложение 2: Неравенство в распределении доходов и устойчивость рыночного равновесия.

Как известно, устойчивость равновесия на рынке некоторого товара зависит от соотношения эластичностей спроса и предложения, а также от формы

кривой спроса. Ниже доказаны утверждения о зависимости эластичности рыночного спроса на определенные товары от величины неравенства по Лоренцу в распределении доходов.

Функция рыночного спроса является суммой индивидуальных функций спроса всех потребителей. Пусть в экономике k потребителей. Тогда функция рыночного спроса есть

$$\Phi(P, I) = \sum_{i=1}^k \phi_i(P, I_i),$$

где $\phi_i(P, I_i)$ — индивидуальные функции спроса, $P = (p_1, \dots, p_n)$ — вектор цен на товары, $I = (I_1, \dots, I_k)$ — вектор доходов всех потребителей.

Отметим, что вектор I характеризует не только уровень доходов потребителей, но и распределение их в обществе. Ясно, что при одном и том же совокупном денежном доходе

$$Y = \sum_{i=1}^k I_i$$

функция рыночного спроса $\Phi(P, I)$ будет различной в зависимости от дифференциации доходов в обществе. Действительно, пусть $I_1 = \dots = I_k = I^*$, и все функции индивидуального спроса одинаковы: $\phi_i(P, I^*) = \dots = \phi_k(P, I^*) = \phi(P, I^*)$. Тогда

$$Y = kI^* \quad (1)$$

$$\Phi = k\phi(P, I^*) \quad (2)$$

Предположим, что функции индивидуального спроса потребителей являются дифференцируемыми. Пусть ϵ^D , ϵ^d — эластичности (по цене) рыночной и индивидуальной функций спроса на отдельный товар:

$$\epsilon^D = \Phi' \frac{P}{\Phi(P, I)}$$

$$\epsilon^d = \phi' \frac{P}{\phi(P, I)}$$

(Здесь и далее p - цена рассматриваемого товара, то есть одна из компонент вектора цен P).

Легко видеть, что при выполнении условий (1) и (2) имеет место равенство $\epsilon^D = \epsilon^I$.

Иное дело, если распределение доходов в обществе неравномерное, а существует определенная дифференциация и неравномерность в их распределении. В этом случае эластичности функций индивидуальных функций спроса и рыночной функции спроса будут существенно различаться. Более того, даже формы кривых индивидуального и рыночного спроса будут отличны друг от друга. Действительно, кривая спроса отдельного потребителя на обычные для него товары (не предметы роскоши) является вогнутой, так как спрос при некоторой цене и достаточном доходе потребителя достигает насыщения. Обычно в нижней части такая кривая имеет почти вертикальный, совершенно неэластичный участок. Однако кривая рыночного спроса оказывается выпуклой в том случае, если спрос предъявляется потребителями с разным уровнем дохода. В этом случае снижение цены товара не только увеличивает спрос потребителей с высоким уровнем дохода, которые приобретали товар и до снижения, но и позволяет выйти на рынок новым покупателям с меньшим уровнем дохода.

Ниже мы докажем несколько утверждений о соотношениях эластичностей индивидуальных и совокупной (рыночной) функций спроса в предположении, что предпочтения потребителей одинаковы, т.е.

$$\phi_1(P, I) = \dots = \phi_k(P, I) = \phi(P, I), \quad (3)$$

но доходы потребителей разные.

В соответствии с идеей Лоренца, если $\langle I^1, I^2, \dots, I^k \rangle$ и $\langle P^1, P^2, \dots, P^k \rangle$ - два разных распределения доходов между домашними хозяйствами, то набор $\langle I^1, I^2, \dots, I^k \rangle$ представляет более равномерное распределение доходов, чем набор $\langle P^1, P^2, \dots, P^k \rangle$ тогда и только тогда, когда

кривой спроса. Ниже доказаны утверждения о зависимости эластичности рыночного спроса на определенные товары от величины неравенства по Лоренцу в распределении доходов.

Функция рыночного спроса является суммой индивидуальных функций спроса всех потребителей. Пусть в экономике k потребителей. Тогда функция рыночного спроса есть

$$\Phi(P, I) = \sum_{i=1}^k \phi_i(P, I_i)$$

где $\phi_i(P, I_i)$ — индивидуальные функции спроса, $P = (p_1, \dots, p_n)$ — вектор цен на товары, $I = (I_1, \dots, I_k)$ — вектор доходов всех потребителей.

Отметим, что вектор I характеризует не только уровень доходов потребителей, но и распределение их в обществе. Ясно, что при одном и том же совокупном денежном доходе

$$Y = \sum_{i=1}^k I_i$$

функция рыночного спроса $\Phi(P, I)$ будет различной в зависимости от дифференциации доходов в обществе. Действительно, пусть $I_1 = \dots = I_k = I^*$, и все функции индивидуального спроса одинаковы: $\phi_1(P, I^*) = \dots = \phi_k(P, I^*) = \phi(P, I^*)$. Тогда

$$Y = kI^* \quad (1)$$

$$\Phi = k\phi(P, I^*) \quad (2)$$

Предположим, что функции индивидуального спроса потребителей являются дифференцируемыми. Пусть ϵ^D , ϵ^d — эластичности (по цене) рыночной и индивидуальной функций спроса на отдельный товар:

$$\epsilon^D = \Phi \cdot \frac{P}{\Phi(P, I)}$$

$$\epsilon^d = \phi \cdot \frac{P}{\phi(P, I)}$$

(Здесь и далее p - цена рассматриваемого товара, то есть одна из компонент вектора цен P).

Легко видеть, что при выполнении условий (1) и (2) имеет место равенство $\epsilon^D = \epsilon^A$.

Иное дело, если распределение доходов в обществе неравномерное, а существует определенная дифференциация и неравномерность в их распределении. В этом случае эластичности функций индивидуальных функций спроса и рыночной функции спроса будут существенно различаться. Более того, даже формы кривых индивидуального и рыночного спроса будут отличны друг от друга. Действительно, кривая спроса отдельного потребителя на обычные для него товары (не предметы роскоши) является вогнутой, так как спрос при некоторой цене и достаточном доходе потребителя достигает насыщения. Обычно в нижней части такая кривая имеет почти вертикальный, совершенно неэластичный участок. Однако кривая рыночного спроса оказывается выпуклой в том случае, если спрос предъявляется потребителями с разным уровнем дохода. В этом случае снижение цены товара не только увеличивает спрос потребителей с высоким уровнем дохода, которые приобретали товар и до снижения, но и позволяет выйти на рынок новым покупателям с меньшим уровнем дохода.

Ниже мы докажем несколько утверждений о соотношениях эластичностей индивидуальных и совокупной (рыночной) функций спроса в предположении, что предпочтения потребителей одинаковы, т.е.

$$\phi_1(P, I) = \dots = \phi_k(P, I) = \phi(P, I), \quad (3)$$

но доходы потребителей разные.

В соответствии с идеей Лоренца, если $\langle I^1_1, I^1_2, \dots, I^1_k \rangle$ и $\langle I^2_1, I^2_2, \dots, I^2_k \rangle$ - два разных распределения доходов между домашними хозяйствами, то набор $\langle I^1_1, I^1_2, \dots, I^1_k \rangle$ представляет более равномерное распределение доходов, чем набор $\langle I^2_1, I^2_2, \dots, I^2_k \rangle$ тогда и только тогда, когда

(функция спроса на товары первой необходимости) удовлетворяет условиям теоремы 2 на множестве $\Omega = \{(p, l) : l \geq 2\beta p / \alpha\}$.

$$2. \text{ Функция } \phi(p, l) = \frac{\alpha(1-\gamma p)}{1+\beta p}, \quad \alpha > 0, \beta > 0, \gamma > 0$$

(функция спроса на товары второй необходимости) удовлетворяет условиям теоремы 2 на множестве $\Omega = \{(p, l) : l \geq 2\beta p\}$.

$$3. \text{ Функция } \phi(p, l) = \frac{\alpha l(1-\gamma p)}{1+\beta p}, \quad \alpha > 0, \beta > 0, \gamma > 0$$

(функция спроса на предметы роскоши) удовлетворяет условиям теоремы 1 на множестве $\Omega = \{(p, l) : l > \beta p / 2\}$.

Рассмотрим случай, когда предпочтения потребителей разные, то есть условие (3) об одинаковости функций индивидуального спроса не обязательно выполняются. Предположим, что потребители объединены в некоторые группы (слои) в зависимости от уровня дохода, но внутри каждой группы предпочтения потребителей одинаковы. Другими словами, если доход потребителя лежит в определенных для данной группы пределах, то потребитель обладает соответствующей рассматриваемой группе функцией полезности и, следовательно, функции индивидуального спроса внутри групп одинаковы. Это значит, что потребитель, который по уровню доходов переходит в другую слой, приобретает и другую функцию полезности, меняя таким образом и свои предпочтения. Эту ситуацию назовем моделью расслоенного общества.

Пусть общество из k потребителей разделено на m слоев J_1, \dots, J_m согласно уровней дохода, где J_i - множество индексов потребителей, принадлежащих к группе i . Предположим, что этим слоям соответствуют уровни дохода $[J_1, J_2], [J_2, J_3], \dots, [J_{m-1}, J_m]$, $J_1 \geq J_2 \geq \dots \geq J_m$.

Пусть $j_i = |J_i|$ - мощность множества J_i , то есть количество потребителей, относящихся к слою i с уровнем дохода I в пределах $J_1 \leq I \leq J_2$. Справедливы следующие два утверждения.

Теорема 3. Рассмотрим модель расслоенного общества. Пусть функции индивидуального спроса потребителей являются дважды непрерывно-дифференцируемыми и для всех $(P, I_1), (P, I_2) \in \Omega$ таких, что $I_1 \leq I_2$, выполняются условия:

$$\frac{\partial \phi_1(P, I_1)}{\partial I_1} \leq \frac{\partial \phi_1(P, I_2)}{\partial I_1}, \quad (11)$$

$$\frac{\partial^2 \phi_1(P, I_1)}{\partial P \partial I_1} \leq \frac{\partial^2 \phi_1(P, I_2)}{\partial P \partial I_1}, \quad (12)$$

Тогда на множестве Ω эластичность функции совокупного (рыночного) спроса по абсолютной величине тем меньше, чем более неравномерно распределение доходов между потребителями.

Доказательство. Пусть $\Phi(P, I)$ - функция рыночного (совокупного) спроса, $g(P, I)$ - производная функции рыночного спроса по доходу:

$$g(P, I) = \frac{\partial \Phi(P, I)}{\partial I} \quad (13)$$

При выполнении условий (11)-(12) имеют место неравенства:

$$(I_1 - I_2)(\Phi'_{11}(P, I_1) - \Phi'_{11}(P, I_2)) \geq 0 \quad (14)$$

и

$$(I_1 - I_2)(g'_{11}(P, I_1) - g'_{11}(P, I_2)) \geq 0 \quad (15)$$

где

$$\Phi(P, I_1, \dots, I_k) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{j_i} \phi_j(P, I_i) \quad (16)$$

$$g(P, I_1, \dots, I_k) = \frac{\partial \Phi(P, I_1, \dots, I_k)}{\partial P} = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{j_i} \frac{\partial \phi_j(P, I_i)}{\partial P} \quad (17)$$

Кроме выполнения условий (13)-(14) функции $\Phi(P, I)$ и $g(P, I)$ являются симметричными на множестве Ω , а именно:

$$\Phi(P, \Gamma_1, \dots, \Gamma_k) = \Phi(P, \Gamma'_1, \dots, \Gamma'_k), \quad (18)$$

$$g(P, \Gamma_1, \dots, \Gamma_k) = g(P, \Gamma'_1, \dots, \Gamma'_k), \quad (19)$$

если $\{\Gamma_1, \dots, \Gamma_k\} = \{\Gamma'_1, \dots, \Gamma'_k\}$, то есть если вектор $\Gamma = (\Gamma_1, \dots, \Gamma_k)$ получен из вектора $\Gamma' = (\Gamma'_1, \dots, \Gamma'_k)$ перестановкой компонент. Это утверждение о симметричности следует из того, что по условию теоремы при переходе в другой слой потребители меняют свои предпочтения и приобретают соответствующие своему слою функции спроса.

Значит, согласно теореме А.4 из [46, стр.65] функции $\Phi(P, I)$ и $g(P, I)$ являются S-выпуклыми. Завершение доказательства аналогично доказательству теоремы 1.

Теорема 4. Пусть функции индивидуального спроса потребителей являются дважды непрерывно-дифференцируемыми и для всех $(P, I_1), (P, I_2) \in \Omega$ таких, что $I_1 \leq I_2$, выполняются условия:

$$\frac{\partial \phi_1(P, I_1)}{\partial I_1} \geq \frac{\partial \phi_2(P, I_2)}{\partial I_2}, \quad (20)$$

$$\frac{\partial^2 \phi_1(P, I_1)}{\partial P \partial I_1} \geq \frac{\partial^2 \phi_2(P, I_2)}{\partial P \partial I_2}. \quad (21)$$

Тогда на множестве Ω эластичность функции совокупного (рыночного) спроса по абсолютной величине тем больше, чем более неравномерно распределение доходов между потребителями.

Доказательство. При выполнении условий (20)-(21) функции $\Phi(P, I_1, \dots, I_k)$ и $g(P, I_1, \dots, I_k)$, определенные при доказательстве теоремы 3, являются S-вогнутыми [46, стр.62, А.1 и стр.65, А.4]. Завершение доказательства аналогично доказательству теоремы 2.

Г Л А В А 3

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Сейчас много говорят об изменениях форм собственности, хозяйственного механизма и приватизации. Это действительно важнейшие и судьбоносные проблемы. Однако, любые экономические изменения становятся реальностью, только проходя через сознание людей.

Что представляет собой механизм действия рыночной экономики?

Из мировой практики видно, что в странах, не применяющих централизованное управление и планирование, как правило, товары в необходимом количестве ритмично поступают в магазины и на склады, где их покупают население и торговцы, строятся необходимые для этого фабрики и заводы, трудящиеся и предприниматели получают соответствующее вознаграждение. Все это происходит благодаря наличию и взаимодействию трех основных элементов, которые определяют сущность рыночного механизма: прибыль; конкуренция; система цен.

Можно утверждать, что стремление получать прибыль вынуждает производителей производить именно те товары и услуги, за которые люди готовы платить.

Колебания в системе цен в условиях конкуренции позволяют судить о том, что конкретно требуется обществу. Конкуренция через механизм ценообразования рационально распределяет материальные, финансовые и другие ресурсы по отраслям и предприятиям [7].

Именно в этих условиях должен ориентироваться современный специалист. Иначе говоря, рыночной экономике нужны новые работники и в первую очередь -

маркетологи, менеджеры, дилеры, брокеры, маклеры, без которых ее функционирование невозможно.

Центральное место в структуре управления должен занять маркетинг, так как ему принадлежит ведущая роль в организации полноценной хозяйственной деятельности предприятия в условиях рыночной экономики, полностью ориентированной на реальных и потенциальных потребителей [14].

В чем особенности перехода к маркетинговой ориентации в работе специалиста?

Имеется несколько концепций управления производством, это совершенствование производства, совершенствование товара, интенсификация коммерческих усилий, маркетинг. Если руководствоваться в своих действиях концепцией совершенствования производства или товара, то главное - это получение качественных продуктов, имеющих высокие эксплуатационные свойства и характеристики, а также продажа их по доступной цене.

Отличительной особенностью концепции интенсификации коммерческих усилий является максимализация прибыли за счет увеличения расходов на рекламу и других элементов формирования спроса и стимулирования сбыта.

Концепция же маркетинга ориентирует производителя на изучение запросов потребителя. Решение об ассортименте производимых товаров и услуг принимается лишь после установления целевых рынков и изучения деятельности конкурентов.

Таким образом, концепция маркетинга позволяет не только ориентироваться в рыночной ситуации, но и формировать новые рынки товаров и услуг, то есть управлять спросом.

Рынок соединяет два начала творческой деятельности специалиста: производственную и коммерческую. Объединить их позволяет концепция маркетинга.

Маркетинг увязывает возможности производства с возможностями реализации товаров и услуг, обосновывает план всей работы, необходимой для получения прибыли путем увеличения продаж потребителям за счет изучения их запросов, способствует скорейшему продвижению товаров и услуг к покупателям, придает новую полезность им и тем самым увеличивает их цену. Если производственный процесс создаст потребительские качества товара в результате его обработки и переработки, то маркетинг обеспечивает своевременное предложение и доставку его к месту спроса, а также полезность приобретения качественного продукта или услуг в форме, удобной для потребителя.

Таким образом, концепция маркетинга соответствует современному пониманию целей бизнеса - созданию потребителя. Здесь важно то, что думает потребитель о производимом продукте (товаре).

В настоящее время в розничной торговле республики большой удельный вес принадлежит привозным товарам. Это объясняется тем, что нет своего производства данных товаров, а имеющиеся не отвечают запросам потребителя. Конкуренция в республике слабо развита, большинство предприятий являются монополиями, в связи с чем цены на производимую ими продукцию устанавливаются монопольным образом. Одним из выходов из этой ситуации является привлечение иностранных инвестиций для размещения новых и модернизации старых предприятий, способных производить конкурентоспособную продукцию.

Среди ряда специалистов и ученых-аграрников бытует мнение, что концепция маркетинга в нашей республике не нужна, так как еще не сформирован рынок с совершенной конкуренцией. Другие же называют уже факторы, способствующие успешному осуществлению маркетинговой концепции в управлении агробизнесом: экономическая самостоятельность сельскохозяйственных предприятий;

новый порядок формирования фондов развития, оплаты и стимулирования труда и заинтересованность в связи с этим и потребителе; самостоятельность в выборе каналов сбыта и материально-технического снабжения; наличие системы коммерческого кредита, гибкие варианты формирования финансов предприятий, акционерное предпринимательство и др.; возможность проводить самостоятельную ценовую политику; формирование системы консультационных услуг для сельскохозяйственных предприятий.

Понимание руководителем или владельцем сельскохозяйственного предприятия маркетинговой концепции управления агробизнесом способствует выходу на внешний рынок, более эффективному подбору подходящих партнеров, поставщиков и покупателей. Словом, маркетинг - это искусство ведения хозяйства и условиях рынка.

Для небольшого фермерского хозяйства и даже среднего сельскохозяйственного предприятия выполнение полного комплекса маркетинговых функций не под силу. Для этого целесообразнее создать маркетинговый кооператив. Другое дело, агрофирма или агрокомбинат, создающие отдел выполнения функций маркетинга. Здесь можно предложить поэтапный подход к формированию такой службы, главной целью которой должно стать воздействие на уровень, время и характер спроса так, чтобы это помогало в достижении стоящих целей. Отсюда и задача руководства предприятия - постоянно заниматься анализом маркетинговой ситуации, обеспечивая на основе анализа достижение целей, таких, как прибыль, выживание, рост, стабильность результатов деятельности.

Сегодня руководство сельскохозяйственных предприятий в своей деятельности на перспективу пользуется концепцией интенсификации коммерческих усилий. И только в области материально-технического снабжения прибегают к маркетинговой концепции.

Обеспечение коммерциализации деятельности предприятия требует с постепенной ориентацией на маркетинг, что, в свою очередь, заставляет рационализировать его структуру управления и выполнения основных функций - анализ и исследование рынка, прогнозирование сбыта, планирование ассортимента продукции. Существующая сбытовая информационная система должна быть дополнена маркетинговой, обеспечивающей руководство предприятий характеристикой коммерческой деятельности и рынков сбыта, их анализом по регионам, данными конкретных товарных агентов, характеристикой конкурирующих предприятий (производительность, анализ деятельности, перспективная оценка, ценообразование), результатами конъюнктурных исследований, финансовых проблем и т.п.

Мировая практика почти за два столетия выработала эффективные подходы к регулированию спроса и предложения, товарно-денежных отношений на уровне предприятий, объединений, АПК и других форм и структур хозяйствования - маркетинговое управление в условиях конкуренции, борьбы за потребителя с целью удовлетворения его потребностей. Задача наших специалистов - перенять этот огромный опыт и в ближайшем будущем перейти на маркетинговую ориентацию производства.

С ориентацией предприятия на маркетинг изменяются его структура и функции управления. Изменения необходимы для координации коммерческой работы как единого процесса, основанного на исследовании потребительского спроса. Осуществить изменения можно по-разному, но целесообразнее поэтапно.

Сначала в обязанности работников действующих структурных подразделений вменяются соответствующие маркетинговые функции. Например, маркетинговые исследования выполняют работники планово-

экономической службы, функции управления ассортиментом и качеством товара (продукции) - работники функциональных служб и руководители производственных подразделений, функции управления сбытом и распределением, рекламы и стимулированием труда - работники материально-технического обеспечения и сбыта.

Затем создается новое структурное подразделение (отдел), в котором сосредоточивается вся маркетинговая информация. На ее основе отдел обеспечивает коммерческую работу предприятия, осуществляет разработку и реализацию маркетинговых программ.

Важным этапом в перестройке деятельности предприятий на маркетинг является коренное изменение всей системы планирования. Оно должно осуществляться на основе исследования рынка, что неизбежно приведет к значительным изменениям в производственных планах. Сторонники маркетинговой концепции, заинтересованные в эффективном обращении и использовании капитала, для того, чтобы приспособиться к изменениям в экономической конъюнктуре, будут нацеливать производство на выпуск новых товаров для новых рынков при широком использовании уже имеющихся средств и технологий.

Большое значение для осуществления перестройки деятельности предприятий на основе маркетинга имеет учет. Использование данных бухгалтерской отчетности позволяет оценить эффективность работы предприятия, выявить возникшие проблемы, наметить конкретные пути их решения. Эта информация служит основой для принятия управленческих решений.

Проведение маркетинговых мероприятий требует значительных финансовых средств, отвлечения трудовых и иных ресурсов от непосредственного производства. Поэтому руководство предприятий постоянно ведет контроль по критерию "затраты-результаты", что позволяет оперативно

выявить и устранить диспропорции, отклонения, предупредить их, и следовательно, избежать ошибок.

Необходимо отметить важность человеческого фактора и межличностных отношений. Занятость людей в своей работе, их компетентность и самоконтроль позволяют значительно снизить затраты средств и времени на проведение ревизии, а также личное вмешательство руководителей в дела производства. При этом будет четко прослеживаться нацеленность на снижение издержек производства, возможность быстро и гибко приспособляться к изменениям спроса.

Вот некоторые рекомендации для предприятий, руководящихся маркетинговой концепцией.

В области управления персоналом:

- поиск потенциальных управляющих (менеджеров) должен быть четко формализован и систематичен. Необходима нелицеприятная оценка и максимально возможная широта поиска талантливых людей. Подготовка менеджеров должна быть четко формализована и проводиться регулярно с отрывом от производства, необходимо постоянно вести оценку их мастерства. Требуется решительная замена менеджеров, устаревших в своих взглядах, смелое выдвижение молодых и квалифицированных из резерва. Ответственность за отношения с рабочими несет менеджер:
- исследование отношений "рабочий-администрация" ведется систематически и на научной основе;
- при расследовании жалоб всегда заслушиваются обе стороны конфликта;
- профсоюзы привлекаются к конструктивному участию в управлении;
- рабочие рассматриваются как основа успеха;

- переобучение и тренировка рабочих - важнейшие элементы повышения активности. Необходимо разнообразить их формы;
- оплата труда производится на основании объективных критериев. Она должна расти по мере рыночных успехов предприятия. Считается, что рабочие трудятся хорошо тогда, когда для этого созданы необходимые условия;
- структура управления должна быть децентрализованной. Круг деятельности каждого должностного лица должен быть четко определен инструкцией. Широко используются "стандарты деятельности";
- широкое делегирование (передача) полномочий;
- приветствуется и поощряется свободная циркуляция информации;
- совершенствование структуры управления рассматривается как необходимый элемент развития предприятия и его успешной деятельности;
- систематическое использование консультантов.

В программировании:

- цели предприятия - развитие и увеличение прибыльности;
- прогнозированием вскрываются тенденции развития, долгосрочный потенциал предприятия (ресурсный), кадры, возможная прибыль, обеспечение (активы и пр.), объем продаж;
- перспективы развития предприятия определяются на долгосрочной основе;
- планирование проводится на 5-10 лет вперед, систематически, формализованно (для удобства введения в ЭВМ).

В контроле:

- регулярное сравнение деятельности предприятия с конкурентами;
- доля рынка определяется систематически;
- бюджетный анализ обязателен. Ясное понимание его необходимости и важности для предприятия должно быть у всех специалистов и руководителей. Бюджет предприятия регулярно пересматривается;
- ведется регулярно ситуационный анализ, который должен быть включен в систему обратной связи; трудности, испытываемые предприятием, - результат невнимания к снижению себестоимости продукции;
- конкуренция рассматривается как здоровое и необходимое обстоятельство.

В управлении производством и маркетингом:

- задания по масштабу производства и производительности труда основываются на систематических исследованиях;
- в отношениях "сбыт-производство" производство приносится в соответствие к потребностям покупателя систематически и на основании их изучения. Обязательна плановость;
- при формировании спроса и стимулировании сбыта главная задача - иметь привлекательный имидж предприятия;
- научные исследования используются для определения оптимального объема производства. Проводятся в тесной кооперации с производством.

В странах с развитой рыночной экономикой в настоящее время, не применяя маркетинговую концепцию, практически невозможно стало осуществлять производственно-сбытовую деятельность. Следование же этой концепции обеспечит предприятию долгосрочное и стабильное процветание.

ГЛАВА 4 ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА В КОММЕРЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ

Коммерческий анализ проектов имеет целью оценку инвестиций с точки зрения перспектив конечного рынка для продукции или услуг, предлагаемых проектом. В конечном счете, успех или провал проекта зависит от потребителей или пользователей.

Коммерческий аспект проектного анализа (commercial aspect of projects analysis) - раздел проектного анализа, имеющий целью подтвердить коммерческую жизнеспособность проекта, определить основные характеристики необходимой продукции, ожидаемые объемы продаж, уровень цен на нее, возможность продажи на местных и зарубежных рынках, а также выявить наиболее целесообразные каналы и методы сбыта и т.д. Результаты коммерческого анализа являются основой для разработки других разделов проекта.

Коммерческий анализ проектов оценивает мероприятия по сбыту выпускаемой проектом продукции и мероприятия по снабжению проекта ресурсами, необходимыми для его осуществления и эксплуатации.

Вопрос выпуска проектом продукции требует тщательного анализа предполагаемого рынка для продукции проекта с тем, чтобы обеспечить эффективный спрос на указанную продукцию по выгодной цене. Где будет продаваться продукция? Имеет ли рынок достаточную емкость, чтобы поглотить всю выпускаемую продукцию без влияния на ее цену? Если подобное влияние на цену вероятно, то каким оно будет? Останется ли проект жизнеспособным с финансовой точки зрения при новой

цене? Какую долю общей емкости рынка может обеспечить предлагаемый проект? Имеются ли подходящие производственные мощности для освоения производства новой продукции? Следует ли предусмотреть в проекте мощности по переработке выпускаемой продукции или же есть смысл создать новый проект с целью ее переработки и маркетинга. Предназначена ли выпускаемая продукция для внутреннего потребления или для экспорта? Производит ли предлагаемый проект продукцию, которая по сорту или качеству соответствует требованиям рынка? Какие финансовые мероприятия потребуются для выпуска продукции на рынок и какие специальные меры надлежит предусмотреть в проекте для финансирования маркетинга? Поскольку продукт должен продаваться по рыночным ценам, необходимо изучить вопрос о будущих государственных субсидиях или государственной поддержке цен [10].

С другой стороны, необходимо принять соответствующие меры по обеспечению поставок (например, удобрений, пестицидов и высокоурожайных семян, необходимых для внедрения новой технологии или системы земледелия). Необходимо выяснить, существуют ли рыночные каналы снабжения проекта требуемыми ресурсами и обладают ли они достаточной способностью поставить новые ресурсы в нужные сроки? Каково положение с финансированием поставщиков требуемых проекту ресурсов и с предоставлением производителям кредитов для приобретения этих ресурсов? Следует ли создавать новые каналы распределения в рамках проекта или же надлежит провести специальные мероприятия по обеспечению каналов распределения для новых ресурсов?

Расхожая легенда о том, что высочайшее качество вашего товара непременно должно привести к его успеху, всего лишь легенда, которая не может быть положена в основу коммерческих дел.

Поэтому на начальном этапе, еще до непосредственного производства продукции, целесообразно выбрать тот рынок, где на данный момент, когда ваша фирма еще неизвестна, вы можете с успехом продать достаточное количество товара.

В условиях массового развития предпринимательства и дефицита времени и информации необходимо найти потенциальные рынки как внутри страны, в отдельных независимых республиках, так и, возможно, за рубежом (таблицы 17,18).

Таблица 17

ВИДЫ РЫНКА В

РЫНОК - это форма экономического обмена, издавна присущая человечеству, это совокупность существующих и потенциальных покупателей и продавцов.	
ОСНОВНЫЕ ВИДЫ РЫНКОВ:	ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВИДЫ РЫНКОВ:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Рынок покупателей 2. Рынок продавцов 3. Международный рынок 4. Региональный (охватывающий группу стран) рынок 5. Национальный рынок 6. Местный рынок 7. Рынок определенного вида или группы продуктов 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бесплодный 2. Специальных товаров и услуг 3. Товарный (сырьевой) 4. Потребительский 5. Основной 6. Дополнительный 7. Растущий 8. Потенциальный 9. Выборочный 10. Стагнирующий и т.д.

Поэтому на втором этапе вам предлагается выполнить экспресс-диагностику потенциальных рынков (для пока еще потенциального товара), гарантирующих определенный коммерческий успех.

Рыночная инфраструктура

Рынок капитала	Рынок средств производства	Рынок труда
<ul style="list-style-type: none"> - Фондовая биржа - Страховые, Аудиторские, Брокерские компании - Коммерческие банки - Гос. страховой надзор - Гос. налоговые инспекции - Гос. инспекция по контролю за ценными бумагами - Фонд гос. имущества - Инвестиционный фонд регионального регулирования - Фонд научно-технических программ - Стабилизационный фонд - Инновационные фонды 	<ul style="list-style-type: none"> - Товарная биржа - Торговые дома - Торгово-посреднические фирмы - Коммерческие центры и компании - Лизинговые компании - Аукционы - Ярмарки - Гос. резервные и страховые фонды - Гос. инспекция по контролю за ценами и стандартами - Контрактная система - Антимонопольный Комитет 	<ul style="list-style-type: none"> - Биржа труда - Центры подготовки кадров - Фонд занятости - Коммерческие центры бизнеса - Государственный фонд содействия предпринимательству - Пенсионный фонд - Фонды милосердия и др.

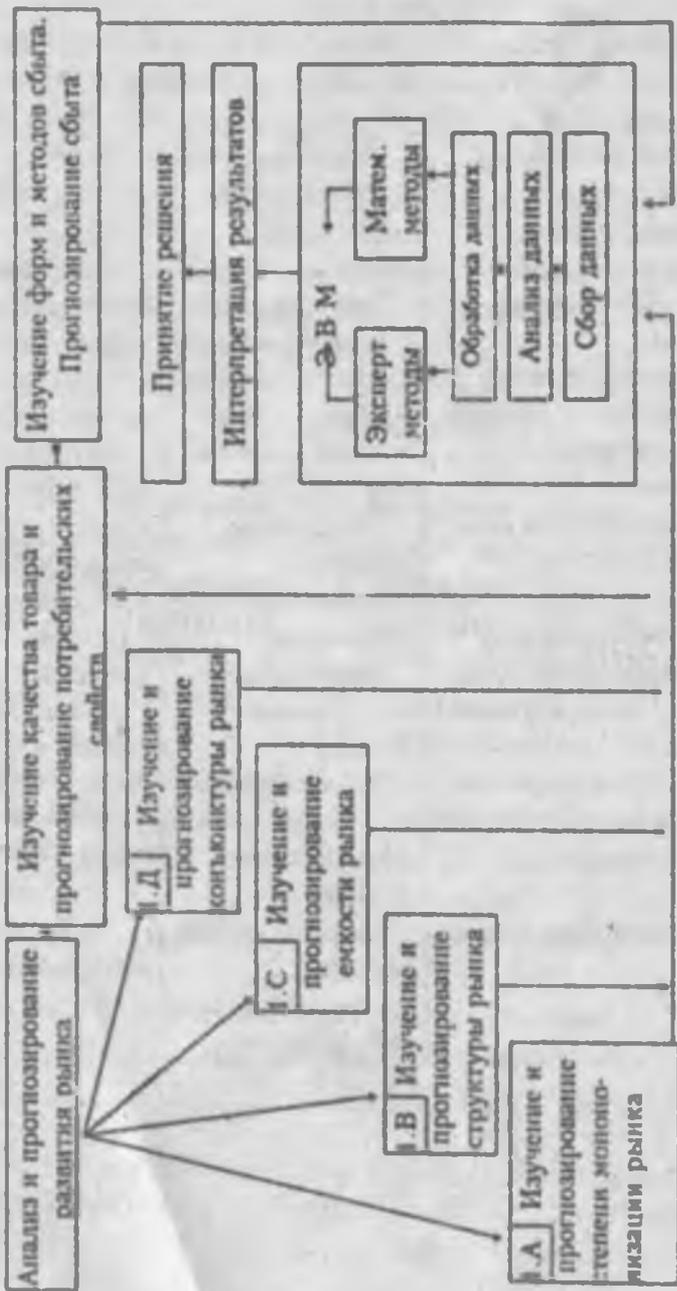


Схема 24. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА.

Экономическое пространство для предприятия - это прежде всего условия, при которых возможен свободный обмен товарами и услугами в зависимости от интересов участников данного процесса. В нашем случае, под экономическим пространством будем понимать возникновение реальных условий обмена товаром между производителем (коммерсантом) и потребителем.

Можно выделить три параметра, которые дают представление о пространстве возникающих ситуаций.

1. ПЕРВЫЙ - вид предлагаемого товара.

2. ВТОРОЙ - количество участников экономических процессов.

3. ТРЕТИЙ - структура процессов обмена.

При этом каждый параметр может быть представлен как определенный набор типовых ситуаций. Таким образом, экономическое пространство будет по сути представлять, в узком смысле данного слова, набор типовых ситуаций, которые могут характеризоваться и определяться различными "правилами игры", зафиксированными в законах, инструкциях, договорах и т.д. Однако, каждая такая типовая ситуация имеет свои специфические особенности, которые непременно должны приниматься во внимание, когда вырабатывается стратегия предприятия. Только на основе полученных оценок этих условий целесообразно начинать проработку вопроса о финансовых взаимоотношениях предприятия с государством (форма собственности, налоги, полчищенность, собственный и привлекаемый капитал и т.д.). Однако, данные вопросы являются вторичными, характеризующими условия успеха, поскольку основу любой коммерческой деятельности составляет процесс реализации товара и услуг. А уже на тактическом уровне должно решаться, по каким правилам должна проводиться игра, какую форму собственности выбрать для того, чтобы

в максимальной степени удовлетворять собственные интересы, и т.д. [8].

Итак, что вкладывается в понятие экономического пространства или, как сейчас обобщенно указывается, условия рынка?

Практика показывает, что на рынок могут быть представлены несколько видов товара (продукция, ноу-хау, услуги и т.д.).

Тогда различают:

- К - потребительский рынок;
- Р - рынок средств производства;
- С - рынок перепродаж;
- Г - государственный рынок;
- Ф - финансовый рынок.

В зависимости от количества участников на рынке можно выделить три основных типа рынка:

- массовый (полиполюсный) рынок;
- монополюсный рынок;
- олигополюсный рынок.

На каждом из них возникают специфические условия коммерческой деятельности.

В зависимости от структуры процесса обмена можно говорить о глобальном владении рынком или сегментированном, при этом эти рынки, что очень важно, могут иметь промежуточные значения, т.е. они могут быть насыщенными или с дефицитом.

Схематично экономическое пространство представлено на рисунке 1.

В коммерческой декларации был сформулирован вид товара, который предполагается вынести на рынок. Однако очевидно, что в зависимости от его вида будет изменяться не только группа потенциальных покупателей, но и сама процедура обмена. В табл. 19 схематично представлены не только характеристики самого товара, но и условия его реализации. Из нее также видно, что практически все товары, кроме потребительских, реализуемых

предприятием самостоятельно, продаются через посредников, что накладывает определенные ограничения на возможности влиять на интересы непосредственных потребителей и больше учитывать особенности посредника



Рис. 1. Экономическое пространство предприятия

Таблица 19

ХАРАКТЕРИСТИКА ТОВАРА И УСЛОВИЙ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

Вид рынка	Вид товара	Цель покупки	Лицо, принимающее решение	Вид или место сделки
Потребительский рынок. К-рынок.	Товары потребления Товары длительного пользования, услуги.	Удовлетворение потребностей максимум пользы. Личные мотивы.	Индивидуум. Семья. Группа.	Магазин. Рынок.
Рынок средств производства. Р-рынок.	Здания, земля, средства производства, сырье, материалы, полуфабрикаты.	Максимизация прибыли через эффективное использование. Создание условий труда. Создание спец. инфраструктуры	Предприниматель. Представитель организации по договорности.	Прямой договор. Оптовый магазин. Товарная биржа.
Рынок перепродаж. С-рынок.	Товары потребления для последующей перепродажи. Товары потребления для упр-вского предприятия.	Максимизация прибыли через покупку по выгодной цене и / или формирование ассортимента.	Предприниматель. Представитель организации. Группа.	Прямой договор. Тов. биржа. Ярмарка. Оптовый магазин.
Государственный рынок. С-рынок.	Инвестиционные товары. Товары потребления. Товары пользования. Услуги.	Удовлетворение соц. потребностей. Интересы обороны. Гос. практика. Поддержание курса валюты.	Группа государственных лиц. Представитель организации.	Гос. заказ. Конкурс. Социально-ровные магазины.
Финансовый рынок. Г-рынок	Ценные бумаги. Валюта. Кредитные ресурсы.	Получение дополнительной прибыли за счет использования собственных средств.	Индивидуум. Семья. Предприниматель. Представитель организации.	Банк. Фондовая биржа.

По числу участников, как это уже говорилось ранее, в рыночных отношениях возможны три основные формы рынков (табл.20):

1. Массовый рынок (полиполюсный - много участников);
2. Олигополюсный (несколько участников);
3. Монополюсный (один участник).

Таблица 20

Сегментация рынков по количеству участников

Спрос / Пред- ложение	Много	Несколько	Один
Много	Полновесная конкуренция (I-рынок)	Олигополюсный по спросу	Монополюсный по спросу
Несколько	Олигополюсный по предложению	Двусторонний олигополюсный (O-рынок)	Ограниченная монополия по спросу
Один	Монополия производителя	Ограниченная монополия производителя	Двусторонняя монополия (M-рынок)

Эти формы могут рассматриваться как со стороны потребителей, так и со стороны производителей. Комбинирование этих трех основных типов позволяет получить все основные альтернативные ситуации в форме матрицы спрос-предложение. В матрице представлены основные типы и на их основе возникающие типы рыночных отношений.

Каждая ситуация, возникающая на рынке, будет предъявлять определенные требования к участнику

процесса обмена, поскольку практика показала, что в определенных ситуациях складываются строго определенные экономические условия, при которых соблюдаются коммерческие интересы участников, нарушение этих условий или "правил игры" приводит к экономическим убыткам (плата за нарушение правил).

Структура процесса обмена дает возможность выделить четыре типовые ситуации, которые в должной мере характеризуют обстановку и позволяют определить наиболее точно стратегию поведения и условия игры на рынке.

Общая ситуация описывается сочетанием двух основных параметров: насыщенности рынка и способами покрытия потребностей на рынке.

По первому параметру можно выделить две основные ситуации: когда рынок насыщен или когда на рынке есть дефицит, неудовлетворенные потребности. По способам покрытия потребностей на рынке можно выделить глобальный подход, когда одна фирма пытается удовлетворить все потребности, и сегментированный подход, когда несколько или много фирм производят одноименные товары и услуги и за счет этого пытаются покрыть все потребности.

Таким образом, в рыночных отношениях возникают четыре основные ситуации, которые и нашли отражение на рисунке схематичного представления экономического пространства.

Для предпринимателя, который начинает свое дело, очень важно знать, чем характеризуется насыщенный и ненасыщенный рынок и в каких условиях целесообразно предпринимать действия по проникновению на эти рынки.

В настоящее время началась эйфория по поводу возможности зарабатывать свободно конвертируемой валютой. При этом малые предприятия пытаются, истратив много сил и средств, представить свой товар на рынках развитых стран. После множества усилий они с удивлением

узнают, что там уже есть аналогичный товар, что его там достаточно и что наш товар там не ждут. Время и средства потрачены зря. Поэтому необходимо, начиная свое дело, несколько уменьшить на время аппетиты и сначала реально создать свой имидж, создать конкурентноспособную продукцию или предложить услуги и только после этого стремиться удовлетворять свои честолюбивые устремления.

Но для этого нужен гарантированный коммерческий успех на начальной ступени завоевания рынка.

Поэтому будет интересно сравнить, в чем принципиально отличается поведение предприятия на рынках с различной структурой процессов обмена. Распространено мнение, что насыщенный рынок - это когда товар постоянно находится в продаже. Однако этот признак не всегда отражает суть насыщенного рынка. Еще и сегодня люди пожилого возраста вспоминают, что когда-то банками с крабами украшали витрины. Товар стоял в магазинах, но стоимость его была (относительно средней заработной платы) такова, что только небольшая группа населения могла позволить себе приобретение этих товаров. Таким образом, необходимо говорить при характеристике насыщенного рынка не о товарах роскоши, т.е. товарах, которые могут позволить себе для повседневного пользования люди с высоким доходом, а прежде всего о товарах, которые может использовать средний гражданин или предприятие для повседневных нужд. Только достаточное количество такого товара может создать условия для внешней характеристики рынка как насыщенного. Однако, кроме этого, можно привести еще несколько параметров, которые характеризуют общую ситуацию (табл.24)

Таким образом, в общем случае можно выделить 60 типов рынков, в условиях которых должно будет работать ваше предприятие. Естественно, что в таком разнообразии экономических условий ни одно предприятие работать не способно. Поэтому необходимо провести экспресс-

диагностику потенциальных рынков для того, чтобы определить точку в географическом пространстве, в котором условия деятельности предприятия на рынке будут наиболее благоприятными. Определив эти начальные условия деятельности предприятия, можно подбирать товары, условия финансирования, а также стратегию маркетинга по привлечению потенциальных потребителей товара для достижения коммерческого успеха.

Таблица 24

Параметры, характеризующие
общую ситуацию на рынке

Признаки	Дефицитный рынок	Насыщенный рынок:
Экономическая стадия развития общества Отношение спрос/предложение "Узкие" места в управлении предприятием, выходящим на рынок Направления деятельности, приоритеты Долговременные приоритеты функций производства	Дефицит товаров и услуг Потребител. активнее производителя Спрос выше предложения Создание или освоение новой продукции Расширение мощностей и рационализация производства Приоритет создания и производства качественной продукции	Изобилие товаров и услуг Производитель ищет покупателя Предложение превышает спрос Создание развитой сбытовой системы Формирование спроса на свою продукцию и получение определенных льгот на рынке в сравнении с конкурентами Поиск новых рынков сбыта и возможностей реализации продукции

Коммерческий анализ проектов также включает анализ мероприятий по поставкам оборудования, сырья и материалов. Способны ли существующие методы поставок гарантировать своевременность поставок и устранить перебои? Практикуются ли конкурсные торги для установления справедливых цен? Кто составляет спецификации на необходимые закупки?

Коммерческий анализ является ключевой частью анализа проектов в условиях перестройки экономики. От того, существуют ли рынки для продукции проекта, каковы условия этих рынков, доступны ли и какого качества ресурсы для проекта, будет зависеть, сможет ли проект привлечь частные инвестиции. Более того, в большинстве стран поставки по правительственным контрактам являются важнейшим источником доходов частного бизнеса, и принятие конкурентной системы частных поставщиков, которые начнут конкурировать за правительственные контракты [6].

Коммерческий анализ играет решающую роль в анализе проекта. Однако, коммерческий анализ по-прежнему является одним из аспектов, которым зачастую уделяется недостаточное внимание. Рынки определяют успех или провал проектов, и по этой причине рынки следует изучать тщательнейшим образом во всех проектах, причем даже раньше, чем любой из других аспектов анализа проекта.

Результаты деятельности некоторых проектов, например, проектов по образованию или дорожному строительству, не являются реализуемой на рынке продукцией, и в этих случаях на коммерческий анализ вкладывается оценка спроса на эти услуги для последующего определения их ценности.

Изучение соотношения предложения и спроса весьма полезно для установления будущего воздействия проекта на рыночные цены. Следует иметь в виду, что после осуществления проекта кривая предложения сдвинется вправо, вызывая снижение цены на продукцию проекта по отношению к существующим рыночным ценам.

Роль коммерческого анализа заключается в прогнозировании спроса на продукцию проекта, а затем и будущих цен, исходя из будущего предложения с учетом продукции проекта.

Хотя анализ спроса лежит в основе оценки потенциала проекта, проведение этого анализа часто оставляет желать лучшего. При планировании проекта не следует заранее предполагать, что рынок для продукции проекта существует. Подобное утверждение требует проверки с определением структуры спроса и его чувствительности к ценам, качеству и другим переменным величинам.

Даже при надлежащем проведении прогнозирования спроса, прогнозы часто оказываются ошибочными. Особенно опасны долгосрочные прогнозы. Прогнозирование перемен в технологии, доходах, поведении и иных факторах, которые ведут к изменению ранее существовавших зависимостей и влияют на основные допущения прогноза, заведомо характеризуется неопределенностью и потому сильно затруднено. Более того, данные для подобного прогнозирования зачастую отсутствуют или малодостоверны. Трудности получения исходных данных, естественно, ограничивают выбор метода прогнозирования и надежность получаемых результатов. Сбор данных специально для конкретного проекта — дорогое мероприятие, которое требует тщательной подготовки для гарантии эффективности его проведения.

Тем не менее, сегодня необходимо принимать решения, которые имеют долгосрочные последствия. Например, транспортные проекты или проекты строительства промышленного предприятия или электростанции имеют большие масштабы и поэтому требуют больших капиталовложений. Процесс реализации этих проектов является необратимым. Ошибки в выборе масштаба, сроков или местоположения проекта могут оказаться дорогостоящими. В процессе принятия решения по подобным проектам важное место принадлежит прогнозу спроса. В тех случаях, когда будущее настолько неопределенно, что сделать какие-либо надежные прогнозы не представляется возможным, специалисты по проектному анализу вынуждены рассматривать предпосылки проекта.

не имея в своем распоряжении надежных прогнозов. В этих случаях вынужденное прогнозирование или даже допущение, что текущая обстановка останется без изменений, могут привести к худшим последствиям, чем планирование без прогноза.

Прогнозы спроса должны вестись с учетом стоимости использования различных методик. Речь идет о двух видах издержек: стоимости подготовки прогноза (включая расходы на сбор и пополнение данных) и расходах, которые могут понадобиться в результате использования неправильного прогноза. Решение о выборе между этими вариантами меняется от одного проекта к другому и зависит, в первую очередь, от размера капиталовложений в проект. Как и в других случаях проведения проектного анализа, более сложная методика могла бы обеспечить более глубокое проникновение в суть дела, но при этом потребовалось бы привлечение значительно больших ресурсов, а также больше времени. Обычно существует какой-то порог, выше которого увеличение выгоды от получения дополнительной информации о спросе не оправдывает дополнительных расходов.

В зависимости от степени неопределенности имеющихся данных специалист по прогнозированию может составить одну оптимальную оценку вероятного спроса, предложить широкий прогноз с учетом наиболее важных неопределенностей или же разработать комплекс различных прогнозов или сценариев, отражающих различные возможные будущие ситуации. Использование различных прогнозов дает возможность финансовому и другим разделам проектного анализа отразить различные будущие условия и предположения применительно к ожидаемым результатам. Прогнозы спроса следует периодически корректировать как в ходе подготовки проекта, так и во время строительства и начального периода эксплуатации проекта, что позволяет использовать

новые данные и уменьшает разрыв между прогнозами и реальной ситуацией.

Даже в том случае, когда государство является единственным поставщиком товаров и услуг после осуществления проекта, зачастую рекомендуется взимать с пользователей плату для возмещения издержек. Плата, взимаемая с пользователей, соответствует ценам, назначенным корпорациями, с той лишь разницей, что в большинстве случаев государство стремится лишь к возмещению издержек. Изучение соотношения предложения и спроса весьма полезно для установления совокупной структуры платежей, при этом требуется оценить спрос и издержки.

Исходным пунктом разработки структуры платежей пользователей служит оценка предельных издержек предложения товаров и услуг или, как приближение, оценка средних переменных издержек предоставления услуг. Эти оценки могут сильно различаться для различных групп пользователей. Так, например, издержки различны для легковых и грузовых автомобилей, использующих одно и то же шоссе, а стоимости медицинского обслуживания неодинакова для разных пациентов. Оценка предельных или средних переменных издержек отражает такой размер платы, который будучи уплачен всеми пользователями, обеспечит покрытие всех издержек.

При необходимости внесения изменений в этот подход с целью достижения намеченных целей по возмещению издержек, возможно использование нескольких методов.

Во-первых, в тех случаях, когда проводимая социальная политика диктует необходимость предоставления долговременных субсидий некоторым группам населения, возможно введение бесплатных льгот для достижения желательного уровня субсидирования. Так, в интересах общественного здравоохранения, все домашние хозяйства могут получить бесплатно установленный объем

воды из системы водоснабжения. Издержки же на эти бесплатные льготы могут затем возмещаться за счет общих доходов. Подобные льготы могут предоставляться, по принятому решению, лишь некоторым группам населения, что обеспечивается системами компенсационных выплат или ваучеров, получение которых обуславливается определенными требованиями. Альтернатива, предлагаемая многими экономистами, состоит в выплате субсидий определенной категории семей в виде прямого дополнения к доходу, что снимает бремя субсидирования предприятий, основным назначением которых - оказание услуг.

Во-вторых, в тех случаях, когда принято решение о полном возмещении издержек, иногда возникает необходимость повысить "эффективную цену", чтобы обеспечить дополнительные поступления. Для этого рекомендуется использовать методы, вызывающие минимальное искажение структуры потребительского спроса, которая была бы доминирующей при соответствии цен предельным издержкам. Обычно используют один из трех методов [10]:

1. Ценообразование по Рамзею. В соответствии с методом ценообразования, оценки предельных издержек для различных групп пользователей завышают (для обеспечения намеченного уровня возмещения издержек) обратно пропорционально чувствительности различных потребителей, к повышению цен. Так, для потребителей, обладающих повышенной чувствительностью к ценам, завышения цены будут малы, а для нечувствительных к изменению цен потребителей завышения цены будут выше. Преимущества этой системы состоят в том, что от потребителей продолжают требовать поразовую оплату, и это стимулирует их к ограничению потребления.

2. Двухчастный тариф. Двухчастный тариф состоит из фиксированного тарифа в сочетании с поразовым тарифом. В водоснабжении, например, структура платежей потребителя складывается из платежа за подключение к

системе водоснабжения и платы за каждый кубометр израсходованной воды, а на транспорте платежи могут состоять из базовой цены и платы, установленной за каждую милю или километр пути. Преимущества двухчастных тарифов состоит в том, что плата за оказание услуги может непосредственно отражать предельные издержки предложения, и решение, принимаемое пользователем относительно количества потребляемых услуг, более точно имитирует выбор на рынке.

3. Долгосрочные предельные издержки. Для коммунальных услуг, включая водо- и энергоснабжение, экономисты-аналитики рекомендуют пользоваться долгосрочными издержками как приближением к рыночным ценам, которые также обеспечат покрытие издержек коммунальных предприятий. В долгосрочные издержки входят предельные издержки производства при полном использовании производственных возможностей или нужные для дополнительного выпуска продукции инвестиции, т.е. указанные издержки имеют тенденцию способствовать выполнению задач как по покрытию издержек, так и по эффективности.

При прочих равных условиях существует определенное соотношение между рыночной ценой товара и величиной спроса на этот товар. Такое соотношение между ценой и количеством купленного товара именуется графиком спроса или кривой спроса.

На приведенном графике (рис. 2) кривая спроса DD показывает количество выпускаемой проектом продукции, которое покупатели согласны купить по данной цене. Нисходящая кривая спроса означает, что при прочих условиях повышение цены на продукцию сопровождается стремлением потребителей покупать меньше продукции проекта. Наоборот, при снижении цены спрос на продукцию проекта возрастает.

Помимо цены, спрос на продукцию проекта зависит от других существенных факторов: а) средний доход

потребителей является одним из факторов, определяющих спрос на продукцию проекта. При росте доходов спрос населения на все продукты увеличивается; б) масштаб рынка влияет на кривую спроса. Жители больших городов предъявляют спрос на большее количество продуктов и ус. уг, чем население маленьких городов, где число потребителей меньше; в) цены и доступность взаимосвязанных товаров, особенно заменяющих и дополняющих, влияют на спрос; г) от вкусов и предпочтений потребителей зависит спрос на определенные типы продуктов. Так, из-за религиозных запретов на потребление говядины спрос на говядину в Индии ниже, чем в Америке или в Европе; д) наконец, особые условия также воздействуют на спрос. К особым условиям могут относиться погодные условия (в дождливую погоду спрос на зонтики растет) или оживление будущих экономических условий, в особенности изменения цен.

Изменения в цене продукции (при прочих равных условиях) вызывают движение по кривой спроса. При изменении же других факторов кривая сдвигается в целом вверх или вниз. Экономическая жизнь всегда находится в движении, благодаря чему спрос на товары и услуги постоянно изменяется (рис.2).

Кривая предложения (SS) товара показывает взаимосвязь между его рыночной ценой и его количеством, которое производители согласятся, при прочих равных условиях, выпустить и продать.

Восходящая кривая предложения отражает положительную взаимосвязь между ценой продукта и его количеством, поступающим на рынок. При росте цен производители стремятся увеличить выпуск и объем продажи продукта и наоборот. В условиях рынка в позиции фирм лежит стремление поставлять продукцию на рынок для получения прибыли, а не по соображениям благотворительности. К числу факторов, влияющих на график предложения продукции, относятся следующие:

системе водоснабжения и платы за каждый кубометр израсходованной воды, а на транспорте платежи могут состоять из базовой цены и платы, установленной за каждую милю или километр пути. Преимущества двухчастных тарифов состоит в том, что плата за оказание услуги может непосредственно отражать предельные издержки предложения, — и решение, принимаемое пользователем относительно количества потребляемых услуг, более точно имитирует выбор на рынке.

3. Долгосрочные предельные издержки. Для коммунальных услуг, включая водо- и энергоснабжение, экономисты-аналитики рекомендуют пользоваться долгосрочными издержками как приближением к рыночным ценам, которые также обеспечат покрытие издержек коммунальных предприятий. В долгосрочные издержки входят предельные издержки производства при полном использовании производственных возможностей или нужные для дополнительного выпуска продукции инвестиции, т.е. указанные издержки имеют тенденцию способствовать выполнению задач как по покрытию издержек, так и по эффективности.

При прочих равных условиях существует определенное соотношение между рыночной ценой товара и величиной спроса на этот товар. Такое соотношение между ценой и количеством купленного товара именуется графиком спроса или кривой спроса.

На приведенном графике (рис. 2) кривая спроса DD показывает количество выпускаемой проектом продукции, которое покупатели согласны купить по данной цене. Нисходящая кривая спроса означает, что при прочих условиях повышение цены на продукцию сопровождается стремлением потребителей покупать меньше продукции проекта. Наоборот, при снижении цены спрос на продукцию проекта возрастает.

Помимо цены, спрос на продукцию проекта зависит от других существенных факторов: а) средний доход

потребителей является одним из факторов, определяющих спрос на продукцию проекта. При росте доходов спрос населения на все продукты увеличивается; б) масштаб рынка влияет на кривую спроса. Жители больших городов предъявляют спрос на большее количество продуктов и ус. уг, чем население маленьких городов, где число потребителей меньше; в) цены и доступность взаимосвязанных товаров, особенно заменяющих и дополняющих, влияют на спрос; г) от вкусов и предпочтений потребителей зависит спрос на определенные типы продуктов. Так, из-за религиозных запретов на потребление говядины спрос на говядину в Индии ниже, чем в Америке или в Европе; д) наконец, особые условия также воздействуют на спрос. К особым условиям могут относиться погодные условия (в дождливую погоду спрос на зонтики растет) или ожилашие будущих экономических условий, в особенности изменения цен.

Изменения в цене продукции (при прочих равных условиях) вызывают движение по кривой спроса. При изменении же других факторов кривая сдвигается в целом вверх или вниз. Экономическая жизнь всегда находится в движении, благодаря чему спрос на товары и услуги постоянно изменяется (рис.2).

Кривая предложения (SS) товара показывает взаимосвязь между его рыночной ценой и его количеством, которое производители согласятся, при прочих равных условиях, выпустить и продать.

Восходящая кривая предложения отражает положительную взаимосвязь между ценой продукта и его количеством, поступающим на рынок. При росте цен производители стремятся увеличить выпуск и объем продажи продукта и наоборот. В условиях рынка в позиции фирм лежит стремление поставлять продукцию на рынок для получения прибыли, а не по соображениям благотворительности. К числу факторов, влияющих на график предложения продукции, относятся следующие:

возможности совместного финансирования закупок, если данный метод может принести некоторую выгоду. При совместном финансировании Банк и другие участники осуществляют свои вклады в один фонд, предназначенный для финансирования проекта. В этом случае основные принципы закупок Банка (табл.22) должны соблюдаться в отношении всех закупок, связанных с проектом. Соглашение об этом заранее достигается с другими организациями, совместно финансирующими проект.

Таблица 22

Основные принципы закупок
Всемирного Банка

- Необходимость экономичности и эффективности
- Предоставление всем правомочным организациям участвовать в конкурсных торгах
- Стимулирование развития местных производств в стране заемщика

При этом появляется необходимость уточнения некоторых деталей проекта, так как при параллельном совместном финансировании проект разделяется на отдельные части, средства на которые выделяются различными участвующими в нем партнерами. Каждая финансовая организация может установить свой собственный регламент закупок тех товаров, которые она финансирует. Несмотря на то, что этот метод используется часто, он ограничен возможностью разделить проект на отдельные пакеты товаров, присланных для закупок. В рамках параллельного финансирования Банк сохраняет за собой общий контроль за проектом с тем, чтобы обеспечить такой процесс закупок, который бы позволил эффективную и действенную реализацию этого проекта.

При проведении коммерческого анализа нельзя забывать об альтернативных вариантах закупок (табл.23).

Так как существуют еще и другие методы закупок, например, если стоимость закупок невелика или не представляет интереса для иностранных участников торгов, заемщик может воспользоваться местными процедурами проведения конкурсных торгов (МТ). МТ позволяют стране-заемщику давать объявления о торгах только в своей стране, используя национальный язык и валюту. При этом зарубежные фирмы могут также участвовать в МТ.

Таблица 23

ДРУГИЕ ВИДЫ ЗАКУПОК

- Ограниченные международные тендеры (ОМТ)
- Местные тендеры на конкурсной основе (МТ)
- Специальный счет
- Прямые закупки
- Покупки "с полки"
- Коммерческая практика
- Товарные рынки
- Международный детский фонд (ЮНИСЕФ)
- Международная организация труда (МОТ)
- Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ)
- Агент по закупкам

Могут также проводиться ограниченные международные торги (ОМТ), когда имеется лишь несколько известных производителей конкретной продукции. В этом случае извещение о торгах не требуется. Вместо этого, известным поставщикам передается информация о возможности закупок и наличии документов для торгов, одновременно с приглашением к участию в них.

Когда продукцию можно получить только из одного источника, то необходимо и уместно проводить переговоры о прямых закупках. Аналогичным образом, когда продукцию необходимо закупить немедленно, а длительные конкурсные торги могут принести финансовые убытки, можно прибегнуть к переговорам о прямых поставках.

торгов. Банк осуществляет надзор за процессом закупок по всем основным операциям МКТ для того, чтобы обеспечить надлежащее соблюдение своих основных принципов. Таким образом, персонал Банка анализирует документы для торгов до их публикации, оценки заемщиком конкурсных предложений и предложения о присуждении контракта. После присуждения контракта последний анализируется на предмет обеспечения его соответствия конкурсному предложению.

Международные конкурсные торги (МКТ) являются предпочтительным методом закупки товаров и работ (табл. 24,25), финансируемых Всемирным банком. МКТ используются при закупках, объемы и вид которых могли бы заинтересовать фирмы, имеющие право на участие в торгах и расположенные за пределами страны-заемщика. Требуется, чтобы потенциальные правомочные участники торгов получили необходимые уведомления и имели равные возможности для участия в торгах. В рамках МКТ заемщики должны определить свои требования, указанные в документации для участия в торгах. В объявлениях о торгах должно даваться полное описание всего необходимого, а также предусматриваться достаточное количество времени для заинтересованных фирм, с тем, чтобы последние могли подготовиться и подать заявку на торги.

Таблица 24

Принципы проведения международных конкурсных торгов

- **Заблаговременное уведомление**
- **Равные возможности**
 - время для представления предложений
 - справедливые условия контракта широкий диапазон технических условий
- **Равноправное отношение к участникам торгов**
 - информация о критериях оценки
 - применяются одинаково ко всем участникам

- Присуждение контракта участнику торгов представившему наименее дорогостоящее предложение

Таблица 25

Этапы международных конкурсных торгов

- Уведомление / публикация в прессе
- (Предварительный квалификационный отбор)
- Издание документов для торгов
- Представление конкурсных предложений
- Публичное открытие конкурсных торгов
- Оценка
- Выбор наименее дорогостоящего предложения
- Последующий квалификационный отбор
- Присуждение контракта
- Выполнение контракта

Открытие торгов должно быть публичным. Все участники торгов, которые пожелают присутствовать при этом, могут это сделать. Цены зачитываются вслух и сразу же регистрируются. Используя критерии, изложенные в документации на участие в торгах, засмщики оценивают конкурсные предложения. Контракты должны присуждаться участнику, чья цена была наименьшей среди тех, кто участвовал в торгах на выполнение контракта и кто отвечает условиям, изложенным в документах для торгов. Присуждение контракта осуществляется исключительно на основе самого конкурсного предложения. Кроме разъяснений по поставленным покупателем вопросам, не проводится никаких обсуждений или переговоров. После открытия торгов их участники не могут вносить никаких изменений.

Предварительный отбор участников торгов часто необходим по контрактам на строительство гражданских или больших комплексных промышленных объектов; в некоторых случаях процесс прохождения предварительного отбора используется в отношении поставщиков специализированного оборудования. Предварительный отбор предназначен для того, чтобы приглашения на участие в торгах получили лишь фирмы, способные выполнить работы. Приглашения на прохождение предварительного отбора публикуются в разных странах с тем, чтобы потенциальные участники торгов могли получить документы и представить свои ответы. Любая фирма, прошедшая стадию предварительного отбора, должна получить разрешение на участие в торгах.

В контрактах на поставки фирмы могут подавать предложения, выраженные либо в своей валюте, либо в валюте, широко используемой в международной торговле и определенной в документах для торгов. Они могут также подавать предложение в валюте страны, из которой осуществляется фактическая поставка товаров.

В контрактах на строительные работы предложения, как правило, подаются в валюте страны-заемщика, поскольку работы будут выполняться в этой стране. При этом участники торгов могут просить оплату части цены предложения в другой валюте, в которой будут выражены валютные компоненты. В конкурсном предложении должен быть указан обменный курс, который предполагается использовать. Этот курс становится контрактным и защищает участника торгов от колебаний курса, которые могут иметь место после даты подготовки предложения. Поэтому заемщик в большей степени, чем участник торгов берет на себя риск, связанный с обменным курсом.

Для сопоставления и оценки конкурсных предложений заемщику надо перевести цены всех предложений в единую валюту. Это осуществляется с помощью обменного курса, определенного таким авторитетным источником,

Центральный банк, на дату, указанную в документах для торгов. Контракт составляется в валюте или валютах конкурсного предложения; оплата производится в той же валюте. Предложения оцениваются исключительно на основе критериев, обусловленных в документах для торгов. Там, где это целесообразно, документация описывает методологию количественной оценки в денежном выражении каждого из аспектов конкурсного предложения. Кроме того, в этих документах отмечается относительная важность различных критериев и каждому из них присваивается определенный удельный вес. Участник торгов, получивший самую низкую оценку, необязательно будет являться участником с самой низкой ценой. Критерии оценки, изложенные в документах для торгов, часто включают неценовые факторы, например, эксплуатационные характеристики, наличие запчастей или обеспечение технического обслуживания. Кроме того, местные подрядчики и участники торгов, предлагающие товары местного производства, иногда получают предпочтение. Документы для торгов должны четко объяснять все указанные оценочные критерии и процедуры сопоставления.

Иногда в процедуре оценки применяется система баллов, при этом баллы присваиваются всем факторам, включая цену. Участник торгов, получивший наибольшее количество баллов, выигрывает контракт. Поскольку цена является ключевым фактором, она, как правило, составляет от двух третей до трех четвертых от 100 возможных баллов. Торги на автомобили могут служить в качестве иллюстрации. В целом, на цену может приходиться 70 баллов; на запчасти - 20 баллов; на технические аспекты - 10 баллов; на сервисное обслуживание - 5 баллов и на преимущества, связанные с совместимостью стандартов - 5 баллов.

Конкурсные предложения, не отвечающие коммерческим и техническим требованиям, обусловленным

Предварительный отбор участников торгов часто необходим по контрактам на строительство гражданских или больших комплексных промышленных объектов; в некоторых случаях процесс прохождения предварительного отбора используется в отношении поставщиков специализированного оборудования. Предварительный отбор предназначен для того, чтобы приглашения на участие в торгах получили лишь фирмы, способные выполнить работы. Приглашения на проходление предварительного отбора публикуются в разных странах с тем, чтобы потенциальные участники торгов могли получить документы и представить свои ответы. Любая фирма, прошедшая стадию предварительного отбора, должна получить разрешение на участие в торгах.

В контрактах на поставки фирмы могут подавать предложения, выраженные либо в своей валюте, либо в валюте, широко используемой в международной торговле и определенной в документах для торгов. Они могут также подавать предложение в валюте страны, из которой осуществляется фактическая поставка товаров.

В контрактах на строительные работы предложения, как правило, подаются в валюте страны-заемщика, поскольку работы будут выполняться в этой стране. При этом участники торгов могут попросить оплату части цены предложения в другой валюте, в которой будут выражены валютные компоненты. В конкурсном предложении должен быть указан обменный курс, который предполагается использовать. Этот курс становится контрактным и защищает участника торгов от колебаний курса, которые могут иметь место после даты подготовки предложения. Поэтому заемщик в большей степени, чем участник торгов берет на себя риск, связанный с обменным курсом.

Для сопоставления и оценки конкурсных предложений заемщику надо перевести цены всех предложений в единую валюту. Это осуществляется с помощью обменного курса, определенного таким авторитетным источником.

Центральный банк, на дату, указанную в документах для торгов. Контракт составляется в валюте или валютах конкурсного предложения; оплата производится в той же валюте. Предложения оцениваются исключительно на основе критериев, обусловленных в документах для торгов. Там, где это целесообразно, документация описывает методологию количественной оценки в денежном выражении каждого из аспектов конкурсного предложения. Кроме того, в этих документах отмечается относительная важность различных критериев и каждому из них присваивается определенный удельный вес. Участник торгов, получивший самую низкую оценку, необязательно будет являться участником с самой низкой ценой. Критерии оценки, изложенные в документах для торгов, часто включают неценовые факторы, например, эксплуатационные характеристики, наличие запчастей или обеспечение технического обслуживания. Кроме того, местные подрядчики и участники торгов, предлагающие товары местного производства, иногда получают предпочтение. Документы для торгов должны четко объяснять все указанные оценочные критерии и процедуры сопоставления.

Иногда в процедуре оценки применяется система баллов, при этом баллы присваиваются всем факторам, включая цену. Участник торгов, получивший наибольшее количество баллов, выигрывает контракт. Поскольку цена является ключевым фактором, она, как правило, составляет от двух третей до трех четвертых от 100 возможных баллов. Торги на автомобили могут служить в качестве иллюстрации. В целом, на цену может приходиться 70 баллов; на запчасти - 20 баллов; на технические аспекты - 10 баллов; на сервисное обслуживание - 5 баллов и на преимущества, связанные с совместимостью стандартов - 5 баллов.

Конкурсные предложения, не отвечающие коммерческим и техническим требованиям, обусловленным

в документах для торгов, будут отклоняться. Участники торгов, которые обнаружат, что документы являются неясными или нарушают имущественные права, должны об этом сообщить покупателю до подачи предложения. Будет слишком поздно ставить под сомнение критерии оценок после даты закрытия торгов.

Все заемщики имеют право на получение льгот в отношении товаров. Это обеспечивает определенное преимущество конкурсным предложениям с привлечением товаров местного производства, при условии, что себестоимость товаров включает внутреннюю добавленную стоимость, равную, по крайней мере, 20% от цены предложения на условиях франко-завод. Льготы обеспечиваются за счет увеличения цены СИФ конкурирующих импортных товаров на величину таможенной пошлины либо на 15%, в зависимости от того, что меньше.

Предпочтение местным фирмам при выполнении строительных работ оказывается только тем странам-заемщикам, в которых ежегодный доход на душу населения составляет менее 580 долларов США. Местным фирмам дается льгота в размере 7,5% при условии, что контрольный пакет акций фирмы находится у местных владельцев. При сопоставлении к цене конкурсного предложения иностранного подрядчика добавляется указанная выше величина.

Основные принципы Банка предписывают, что эти процедуры должны проводиться на одном из языков, который является обычным в международной коммерческой практике: английском, французском или испанском.

Имеется ряд источников информации, которые могут помочь компаниям быть в курсе проектов Банка и деловых возможностей, связанных с ними. Банк предлагает полную подписку, именуемую *International Business Opportunities Service* (IBOS), которая предполагает рассылку информации о закупках, а также всех публикаций Банка.

связанных с закупками, торгами, разработкой проектов и совместным финансированием.

Кроме того, раз в две недели ООН публикует издание *Development Business*, где приводится информация о деловых возможностях, создаваемых по линии Банка. Это издание содержит также аналогичную информацию, получаемую от региональных международных банков развития, ПРООН и других агентств по развитию.

Ниже следуют основные источники информации, которые можно получить в этих публикациях.

Ежемесячные оперативные аннотации (MOS) описывают все проекты, проходящие по линии Банка, от момента их первоначальной идентификации до их одобрения Советом директоров. Ежемесячно перечисляется около 1200 проектов на различных стадиях проектного цикла. В MOS также указывается, требуются ли консультационные услуги. Это издание можно закупать отдельно или в составе одной из подписок.

Бюллетени с техническими данными (TDS) публикуются по каждому займу или кредиту, одобренному Советом директоров. В TDS указываются адрес и наименование организации, реализующей проект, а также все консультационные фирмы, принимавшие участие в подготовке проекта. Здесь также описывается метод, который будет использован для закупки товаров, работ и услуг, а также суммы и источники совместного финансирования.

Уведомления о генеральных закупках по инвестиционным проектам, связанным с МКТ, являются самым ранним уведомлением о закупках. Они издаются заемщиком, как правило, на стадии экспертизы проекта. В уведомлениях описывают типы предполагаемых закупок во время реализации проекта. Компании должны сообщить заемщику о своей заинтересованности в поставке товаров или заключении контракта по позициям, перечисленным в уведомлении.

Уведомления о конкретных закупках, приглашения участвовать в торгах по конкретным позициям или работам, необходимым по проекту, публикуются вслед за уведомлением о генеральных закупках. В них описываются позиции, подлежащие закупкам, дается информация о том, как закупать документы для торгов, указываются окончательные сроки подачи конкурсных предложений и все иные требования, которые должны выполнять участники торгов. Эти уведомления публикуются в местной прессе и отсылаются в посольства или торговые представительства стран, имеющих право осуществлять поставки. Многие уведомления публикуются также в *IBOS* и *Development Business*.

В уведомлениях о присуждении контрактов, публикуемых по наиболее крупным контрактам, сообщается о победивших участниках и суммах сделок.

В рамках основных положений Банка о закупках, страны-заемщики должны публиковать уведомления о генеральных закупках по всем проектам, связанным с МКТ, в *Development Business* ООН, а также в местной прессе. Они также должны направлять копии уведомлений представителям стран-членов Банка, как правило, торговым представителям и атташе, находящимся в стране-заемщике. Извещения о крупных и специализированных закупках могут также появляться в технических и коммерческих журналах или в широко распространяемых международных газетах.

Многие страны имеют в своих консульствах или посольствах сотрудников, которые собирают и распространяют информацию о деловых возможностях, связанных с Банковскими проектами, а также с проектами других агентств по развитию. Информацию для коммерческого анализа о местных конкурсных торгах получить очень трудно, поэтому компания должна связаться с их официальными представительствами в этих странах.

Г Л А В А 6

ПОДГОТОВКА И ОФОРМЛЕНИЕ АГРОБИЗНЕС-ПЛАНОВ В КОММЕРЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ

В условиях рыночной экономики решающим условием развития и устойчивой жизнеспособности фирм является эффективность вложения капитала в реализацию того или иного проекта. Но нельзя подходить к разрешению этой цели без предварительной подготовки, т.е. составления плана мероприятий, которые расписаны в определенной системе. В этой связи производится прединвестиционная работа, связанная с коммерческим анализом проекта. Коммерческий анализ инвестиционных проектов начинается с составления, на основе первичных данных, бизнес-плана.

Бизнес-план - база данных для коммерческого анализа, используемый практически всеми организациями в условиях рыночной экономики независимо от сферы деятельности хозяйства, его масштаба и формы собственности. Хорошее планирование коммерческой деятельности, эффективное управление должно гарантировать, что все действия, необходимые для создания и функционирования проекта. Любая задержка или разрыв в планировании хотя бы одной стадии реализации проекта будет оказывать негативное

воздействие на процесс реализации проекта. Поэтому большое значение в коммерческом анализе уделяется подготовке, оформлению и достоверности данных бизнес-плана [31].

В коммерческом анализе бизнес-план выполняет задачу конкретизации оценки инвестиционного проекта, то есть он выступает как форма представленных оценок крупных и средних проектов. Относительно мелких хозяйств и других проектов он может являться документом, представляющим базу данных для экспертизы и оценки инвестиционного проекта.

Бизнес-план используется экспертом или группой экспертов для:

1. определения системы вопросов, которые могут возникнуть в процессе реализации инвестиционного проекта;

2. оценки финансового состояния и конкурентоспособности хозяйства в настоящем и новых рынках товаров и услуг;

3. выработки стратегического направления функционирования хозяйства в конкурентной борьбе с другими производителями, выпускающими такие же товары и предоставляющимисходные услуги;

4. решения возникающих проблем тактического и стратегического назначения.

Бизнес-план должен наиболее полно отражать состояние хозяйства для того, чтобы инвестор мог оценить финансовую и экономическую эффективность предполагаемых мероприятий, на которые направлены инвестиции, а также реальность возврата кредита и получение дополнительной чистой прибыли за счет денежных вливаний.

ЦЕЛИ БИЗНЕС-ПЛАНА

Очень сложной задачей является определение целей бизнес-плана хозяйства, так как в настоящее время 90 % руководителей не могут правильно сформулировать цели хозяйства в условиях рыночной экономики.

Сам процесс определения системы целей занимает очень важную роль в выборе стратегии деятельности хозяйства и включает в себя определение общих целей хозяйства с указанием его специфических конкретных целей.

При разработке бизнес-плана хозяйства преследуют следующие цели:

увеличение нормы прибыли;

увеличение капитала хозяйства;

стремление насытить рынок новыми товарами и услугами;

выход на новые товарные и денежные рынки;

освоение новых видов деятельности (диверсификация хозяйства);

локальные цели.

СТРУКТУРА БИЗНЕС-ПЛАНА

Структура бизнес-плана вытекает из его назначения как документа, где отражаются результаты прединвестиционной деятельности хозяйства. В нем описывается организационная структура хозяйства, его специализация и месторасположение, система контроллинга, необходимое количество персонала и анализ риска.

Одним из важнейших структурных подразделений бизнес-плана является коммерческий анализ в системе маркетинговых исследований. Без рассмотрения путей разрешения вопросов целевых рынков, ценообразования, конкуренции, сбыта и рекламы невозможно войти в новый рынок или остаться конкурентоспособным производителем на старом рынке товаров и услуг [4].

Бизнес-план должен включать оперативный прогноз, план приобретения необходимого капитала и описание расхода средств, направленных на расширенное воспроизводство с определенной формой отчетности и обеспечивающих непрерывность денежного потока в процессе производства продукции. Планы могут содержать диаграммы, фотографии, графики, схемы или видеозаписи.

Нами предлагается образец бизнес-плана, в котором рассматриваются следующие разделы:

РЕЗЮМЕ.....
МЕМОРАНДУМ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ.....
ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА.....
Рынок (наименование рынка).....
Динамика цен.....
Рыночная ниша.....
Анализ конкуренции.....
Анализ инвестиционного рынка отрасли.....
ПЛАН МАРКЕТИНГА.....
Планирование производства.....
Планирование сбыта.....
Стратегия маркетинга.....
СТРАТЕГИЯ ПРОИЗВОДСТВА.....
Этапы создания нового производства.....
Оптимистический вариант производства.....
ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.....
Организационно-правовая форма.....
ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.....
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....

ПРИМЕЧАНИЕ: при составлении конкретного бизнес-плана и его детализации определяются формат инвестируемого объекта, специализация, сфера деятельности, размеры предполагаемого рынка услуг, товаров, изучение наличия конкурентов и перспективы развития производства хозяйства.

Как театр начинается с вешалки, так и бизнес-план начинается с Титульного листа, на котором помещается наименование хозяйства - инициатора проекта, его название, а также время и место подготовки бизнес-плана.

Резюме представляет собой краткое изложение сути инвестиционного проекта для руководящих работников. Это документ, привлекающий интерес или убеждающий в правильности идеи.

Этот раздел помещается в самом начале бизнес-плана, отвечая на вопросы: кто, что, почему, когда, где и как. Резюме составляется в последнюю очередь, потому что в нем суммируется все вытекающее из плана. На его основе составляется письмо в банк или потенциальному инвестору для краткого объяснения плана в целом. Содержание резюме представляет данные, которые должны позволить инвестору сформировать свое отношение к проекту, т.е. понять, о чем идет речь, какова предполагаемая стоимость и рентабельность проекта, не читая подробно весь план.

С этой целью в резюме указываются следующие данные:

- полное название и адрес хозяйства;
- фамилия, имя и отчество руководителя хозяйства;
- номер телефона (телестайпа, телефакса);
- суть предлагаемого проекта;
- результаты реализации проекта;
- совокупная стоимость проекта и потребность в финансировании;
- возможные источники финансирования с описанием условий кредитования;
- гарантии по возврату кредита;
- внутренняя норма доходности и срок окупаемости;
- ежегодный объем чистой прибыли;
- объем средств, которые инициатор проекта готов инвестировать в проект.

В разделе "Меморандум конфиденциальности" содержится конфиденциальная информация,

предупреждающая потенциального инвестора о неразглашении им некоей информации, которая содержится в бизнес-плане. Здесь же рассматриваются специальные условия инвестирования и краткая характеристика лиц, выступающих гарантом, заслуживающих доверие. Обычно этот раздел описывается на 1 странице.

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Данный раздел пишется после того, как составлен весь бизнес-план. Его назначение - краткое и ясное изложение сути и основных положений проекта:

1. Чем занимается или будет заниматься хозяйство?

В этом разделе указывается состояние отрасли и имеющиеся предпосылки для реализации проекта. Затем приводятся данные о том, когда было создано хозяйство, сведения о его размере и перспективах развития, о его деятельности и особенностях производимых продуктов и другие сведения, обеспечивающие конкурентные преимущества хозяйства.

2. Какой ожидается спрос на предлагаемую продукцию, прогноз ее реализации на несколько лет?

Здесь могут быть представлены основные тенденции развития рынка в целом, факты уязвимости хозяйства конкурентов, любые планы роста и расширения деятельности. Кроме того, указываются группы основных потребителей продукции, которая будет реализовываться при осуществлении проекта, темпы роста объема производства и производительности труда.

3. Величина дохода от реализации продукции;

величина затрат и валовой прибыли;

уровень внутренней нормы рентабельности;

срок окупаемости инвестиций.

В этой части раздела представляется обобщенная форма экономической деятельности хозяйства: данные по прибыли, ожидаемая рентабельность, доходность на

инвестируемый капитал, временные рамки достижения уровня безубыточности и превышения наличных поступлений над платежами.

4. Сколько средств необходимо вложить в проект для его реализации?

Указать сумму необходимого финансирования и краткую информацию о направлениях применения основного капитала.

5. Почему хозяйство добьется успеха, быстрого проникновения на новые рынки товаров и услуг?

Целесообразно отметить конкурентные преимущества хозяйства "с проектом" перед "без проекта", слабые стороны конкурентов и любые другие условия.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ: методические особенности анализа производства в бизнес-плане

Анализ состояния и перспективы развития отрасли в разделе бизнес-плана призван решить 2 задачи:

- изучить состояние и тенденции развития отрасли как объекта инвестирования;
- изучить информацию для дальнейшего прогнозирования направления деятельности хозяйства в конкурентной среде.

Для решения первой задачи в бизнес-плане необходимо сделать ретроспективный анализ текущего состояния дел в отрасли (хозяйстве) и на основании этих данных описать возможные направления развития:

отрасли в целом;
хозяйства;

развития производства в регионе, где находится рынок сбыта;

возможность выхода на мировой рынок.

Для решения второй задачи нужно описать основных конкурентов на хозяйственном, региональном, внутреннем и внешнем рынках по следующим параметрам:

ассортимент и объем продукции;
доля в настоящем рынке;
выпуск конкурентоспособной продукции;
политика цен и сбыта;
производственная база.

Анализ данных дает возможность определить конкурентные преимущества хозяйства и его недостатки, выявить эффективные методы конкурентной борьбы. Результатом этого является возможность хозяйства получить или не получить инвестиции.

Значительно хуже обстоит дело с информацией о планах хозяйства. Эта информация носит фрагментальный характер и часто бывает недостоверной. Большинство хозяйств озабочено текущими проблемами и планы на среднесрочную перспективу у многих из них отсутствуют.

ОСОБЕННОСТИ ОПИСАНИЯ ХОЗЯЙСТВА В БИЗНЕС-ПЛАНЕ

Описание хозяйства решает целевую задачу - дать потенциальному инвестору четкое представление о хозяйстве как объекте инвестирования или возможном партнере при реализации инвестиционного проекта. Сведения о хозяйстве должны включать в себя следующий набор данных:

Адрес хозяйства.

Дата образования.

Организационно - правовая форма собственности.

Учредители и распределение акций между учредителями.

Уставной капитал:

при регистрации _____

по состоянию на _____

Состав лиц, распределяющих прибыли.

Структура активов:

а) основные средства и прочие внеоборотные

активы;

б) запасы и затраты;

в) денежные средства, расчеты и прочие активы.

Организационная структура хозяйства.

Банковские реквизиты.

Состав высшего звена управления:

а) генеральный директор;

б) главный инженер;

в) главный бухгалтер.

Характеристика имеющихся материальных ценностей:

а) здания и сооружения;

б) объекты инфраструктуры, находящиеся на

балансе:

и) балансовая и остаточная стоимость фондов;

г) наименование и балансовая стоимость фондов;

е) остаточная стоимость фондов.

Доля импортного оборудования:

а) по количеству единиц;

б) по балансовой стоимости.

Степень износа оборудования:

а) отечественного;

б) импортного.

Доля оборудования с износом:

а) более 70 %;

б) от 50 - 70 %;

в) от 30 - 50 %.

Характеристика незавершенного строительства.

Кадры:

а) численность;

б) возрастной и образовательный состав;

в) текучесть кадров.

Объем выпускаемой продукции:

а) годовой объем выпуска в стоимостном

выражении;

б) доля импортной продукции.

Финансовое состояние хозяйства:

- а) оборот;
- б) прибыль после налогообложения;
- в) коэффициент соотношения заемных и собственных средств;
- г) коэффициент абсолютной ликвидности.

Согласие органов местной власти на реализацию проекта.

ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ

В бизнес-плане необходимо дать краткое содержательное описание продукции. Целевое назначение этого раздела бизнес-плана - дать инвестору ясное представление, прежде всего, о потребительских свойствах продукции, предлагаемых хозяйством с тем, чтобы он мог оценить платежеспособный спрос на них. Объясните, чем отличается ваша продукция от конкурентной продукции.

При описании продукции необходимо уделять внимание не технической стороне (соответствие ГОСТу или ТУ), а качеству, надежности, конкурентоспособности предлагаемой продукции.

Мы рекомендуем вам использовать следующую схему продукции:

- Наименование изделия и его спецификация.
- Назначение и области применения.
- Основные технические, эстетические и другие характеристики в сопоставлении с имеющимися на рынке аналогами:

продукцией ближайшего конкурента;
лучшими отечественными образцами.

Структура выпуска в натуральном и стоимостном выражении.

Патентная защищенность.

Ключевые проблемы, факторы неопределенности и меры по их снижению.
Условия поставки.

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ СХЕМ И МЕТОДОВ СРАВНЕНИЯ СВОЕЙ ПРОДУКЦИИ С ПРОДУКЦИЕЙ КОНКУРЕНТОВ, ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЗИЦИИ СОБСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ПО ОТНОШЕНИЮ К ПРОДУКЦИИ КОНКУРЕНТОВ

Оценку конкурентных качеств продукции (услуги) следует проводить очень тщательно, так как результаты анализа оказывают решающее влияние на разработку стратегии маркетинга, как сбытовой, так и ценовой, и используются при разработке плана производства. При разработке конкурентных качеств продукции (услуги) необходимо исходить из того, что любой товар - это набор так или иначе воспринимаемых потребительских свойств. На практике эту оценку конкурентных качеств осуществляют в два этапа.

Главная задача первого этапа - это ответить на вопрос: Почему потребители покупают именно эту продукцию, а не другую? Это означает, что необходимо определить набор покупательских предпочтений, т.е. выделить те свойства продукции (услуги), на которых концентрируется внимание покупателей и на базе которых они осуществляют свой выбор. Для этого составьте список продукции (услуг), которые предлагаются на выбранном рынке, определите объем продаж, опишите основные их потребительские и стоимостные качества. Все эти данные удобно внести в таблицу, в которой по вертикали располагают продукцию (услуги), а по горизонтали - сравнительные оценки их свойств в какой-либо шкале. При анализе собранной информации следует сопоставить прежде всего стоимостные и потребительские качества наиболее популярных и пользующихся наименьшим спросом продукции. Как правило, даже подобный простой анализ позволяет выявить

набор наиболее важных с точки зрения различных групп потребителей, потребительских качеств продукции

На втором этапе производится сопоставление вашей продукции по выявленным потребительским предпочтениям с продуктами конкурентов и определяется его место среди них.

ОЦЕНКА И СОДЕРЖАНИЕ АНАЛИЗА РЫНКА

Отечественный и зарубежный опыт свидетельствует, что слабое знание рынка является одной из главных причин несостоятельности многих коммерческих проектов.

Изучение всех факторов, оказывающих влияние на состояние рынка, является исходным пунктом для принятия инвестиционного проекта. От тщательного изучения состояния исследуемого рынка зависит успех и время реализации проекта. Результаты исследования рынка являются базой для разработки стратегической политики хозяйства, при определении потребности в людских и материально-технических ресурсах.

В виду важности и сложности этого раздела целесообразно готовить его в первую очередь и по возможности проверить данные рынка, его объемов и темпов роста по дополнительным альтернативным источникам. В основе методологического подхода к исследованию рынка в бизнес-плане лежит комплексный подход, предполагающий выявление системы взаимосвязей между различными факторами рынка. На практике реализация комплексного подхода к анализу рынка означает, что исходные данные должны охватывать как можно больший круг факторов, влияющих на реализацию продукции, зачастую выходящих за рамки чисто рыночных явлений.

ЦЕЛИ И СОДЕРЖАНИЕ РЫНКА

Целью исследования рынка, проводимого в рамках бизнес-плана, является предоставление достаточного количества факторов, способных убедить потенциального инвестора в том, что:

- продукция вашего хозяйства имеет значительный и перспективный рынок сбыта;
- продукция является конкурентоспособной.

"Стандартное" исследование рынка в бизнес-плане включает в себя три основных блока:

I-й блок - анализ спроса на товары и услуги на выбранном рынке и тенденций его развития.

Оценка спроса на рынке на предлагаемую хозяйством продукцию или услугу является важным параметром при анализе перспективности рынка в целом, планировании маркетинга и организации управления проектом. От оценок сбыта зависят все последующие данные бизнес-плана. Уровень реализации продукции, спрогнозированный в результате исследования рынка, оказывает влияние на план производства, план маркетинга и сумму инвестированного капитала, необходимого хозяйству.

II-ой блок - описание структуры рынка, его основных сегментов, анализ форм и методов сбыта.

Один из главных вопросов, на который нужно получить ответ по данному исследованию - кому и как продать продукцию. В связи с этим производится анализ состояния и перспектив развития основных сегментов рынка; он завершается выбором целевых сегментов для деятельности хозяйства (рыночной ниши).

III-й блок - исследование условий конкуренции на выбранном рынке.

Исследование включает в себя оценку конкурентных качеств предлагаемой продукции, основных конкурентов, изучение их планов, тактики и стратегии деятельности. Это, в свою очередь, предопределяет стратегию сбыта и ценообразование хозяйства на выбранном сегменте рынка.

Бизнес-план должен включать оперативный прогноз, план приобретения необходимого капитала и описание расхода средств, направленных на расширенное воспроизводство с определенной формой отчетности и обеспечивающих непрерывность денежного потока в процессе производства продукции. Планы могут содержать диаграммы, фотографии, графики, схемы или видеозаписи.

Нами предлагается образец бизнес-плана, в котором рассматриваются следующие разделы:

РЕЗЮМЕ.....
МЕМОРАНДУМ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ.....
ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА.....
Рынок (наименование рынка).....
Динамика цен.....
Рыночная ниша.....
Анализ конкуренции.....
Анализ инвестиционного рынка отрасли.....
ПЛАН МАРКЕТИНГА.....
Планирование производства.....
Планирование сбыта.....
Стратегия маркетинга.....
СТРАТЕГИЯ ПРОИЗВОДСТВА.....
Этапы создания нового производства.....
Оптимистический вариант производства.....
ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.....
Организационно-правовая форма.....
ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.....
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....

ПРИМЕЧАНИЕ: при составлении конкретного бизнес-плана и его детализации определяются формат инвестируемого объекта, специализация, сфера деятельности, размеры предполагаемого рынка услуг, товаров, изучение наличия конкурентов и перспективы развития производства хозяйства.

Как театр начинается с вешалки, так и бизнес-план начинается с Титульного листа, на котором помещается наименование хозяйства - инициатора проекта, его название, а также время и место подготовки бизнес-плана.

Резюме представляет собой краткое изложение сути инвестиционного проекта для руководящих работников. Это документ, привлекающий интерес или убеждающий в правильности идеи.

Этот раздел помещается в самом начале бизнес-плана, отвечая на вопросы: кто, что, почему, когда, где и как. Резюме составляется в последнюю очередь, потому что в нем суммируется все вытекающее из плана. На его основе составляется письмо в банк или потенциальному инвестору для сжатого объяснения плана в целом. Содержание резюме представляет данные, которые должны позволить инвестору сформировать свое отношение к проекту, т.е. понять, о чем идет речь, какова предполагаемая стоимость и рентабельность проекта, не читая подробно весь план.

С этой целью в резюме указываются следующие данные:

- полное название и адрес хозяйства;
- фамилия, имя и отчество руководителя хозяйства;
- номер телефона (телетайпа, телефакса);
- суть предлагаемого проекта;
- результаты реализации проекта;
- совокупная стоимость проекта и потребность в финансировании;
- возможные источники финансирования с описанием условий кредитования;
- гарантии по возврату кредита;
- внутренняя норма доходности и срок окупаемости;
- ежегодный объем чистой прибыли;
- объем средств, которые инициатор проекта готов инвестировать в проект.

В разделе "Меморандум конфиденциальности" содержится конфиденциальная информация,

предупреждающая — потенциального инвестора о неразглашении им некой информации, которая содержится в бизнес-плане. Здесь же рассматриваются специальные условия инвестирования и краткая характеристика лиц, выступающих гарантом, заслуживающих доверие. Обычно этот раздел описывается на 1 странице.

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Данный раздел пишется после того, как составлен весь бизнес-план. Его назначение — краткое и ясное изложение сути и основных положений проекта:

1. Чем занимается или будет заниматься хозяйство?

В этом разделе указывается состояние отрасли и имеющиеся предпосылки для реализации проекта. Затем приводятся данные о том, когда было создано хозяйство, сведения о его размере и перспективах развития, о его деятельности и особенностях производимых продуктов и другие сведения, обеспечивающие конкурентные преимущества хозяйства.

2. Какой ожидается спрос на предлагаемую продукцию, прогноз ее реализации на несколько лет?

Здесь могут быть представлены основные тенденции развития рынка в целом, факты уязвимости хозяйства конкурентов, любые планы роста и расширения деятельности. Кроме того, указываются группы основных потребителей продукции, которая будет реализовываться при осуществлении проекта, темпы роста объема производства и производительности труда.

3. Величина дохода от реализации продукции;
величина затрат и валовой прибыли;
уровень внутренней нормы рентабельности;
срок окупаемости инвестиций.

В этой части раздела представляется обобщенная форма экономической деятельности хозяйства: данные по прибыли, ожидаемая рентабельность, доходность на

инвестируемый капитал, временные рамки достижения уровня безубыточности и превышения паличных поступлений над платежами.

4. Сколько средств необходимо вложить в проект для его реализации?

Указать сумму необходимого финансирования и краткую информацию о направлениях применения основного капитала.

5. Почему хозяйство добьется успеха, быстрого проникновения на новые рынки товаров и услуг?

Целесообразно отметить конкурентные преимущества хозяйства "с проектом" перед "без проекта", слабые стороны конкурентов и любые другие условия.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ: методические особенности анализа производства в бизнес-плане

Анализа состояния и перспектив развития отрасли в разделе бизнес-плана призван решить 2 задачи:

- изучить состояние и тенденции развития отрасли как объекта инвестирования;
- изучить информацию для дальнейшего прогнозирования направления деятельности хозяйства в конкурентной среде.

Для решения первой задачи в бизнес-плане необходимо сделать ретроспективный анализ текущего состояния дел в отрасли (хозяйстве) и на основании этих данных описать возможные направления развития:

отрасли в целом;

хозяйства;

развития производства в регионе, где находится рынок сбыта;

возможность выхода на мировой рынок.

Для решения второй задачи нужно описать основных конкурентов на хозяйственном, региональном, внутреннем и внешнем рынках по следующим параметрам:

ассортимент и объем продукции;
доля в настоящем рынке;
выпуск конкурентоспособной продукции;
политика цен и сбыта;
производственная база.

Анализ данных дает возможность определить конкурентные преимущества хозяйства и его недостатки, выдвинуть эффективные методы конкурентной борьбы. Результатами этого является возможность хозяйства получить или не получить инвестиции.

Значительно хуже обстоит дело с информацией о планах хозяйства. Эта информация носит фрагментальный характер и часто бывает недостоверной. Большинство хозяйств озабочено текущими проблемами и планы на среднесрочную перспективу у многих из них отсутствуют.

ОСОБЕННОСТИ ОПИСАНИЯ ХОЗЯЙСТВА В БИЗНЕС-ПЛАНЕ

Описание хозяйства решает целевую задачу - дать потенциальному инвестору четкое представление о хозяйстве как объекте инвестирования или возможном партнере при реализации инвестиционного проекта. Сведения о хозяйстве должны включать в себя следующий набор данных:

Адрес хозяйства.

Дата образования.

Организационно - правовая форма собственности.

Учредители и распределение акций между учредителями.

Уставной капитал:

при регистрации _____

по состоянию на _____

Состав лиц, распределяющих прибыли.

Структура активов:

а) основные средства и прочие несоборотные активы;

б) запасы и затраты;

в) денежные средства, расчеты и прочие активы.

Организационная структура хозяйства.

Банковские реквизиты.

Состав высшего звена управления:

а) генеральный директор;

б) главный инженер;

в) главный бухгалтер.

Характеристика имеющихся материальных ценностей:

а) здания и сооружения;

б) объекты инфраструктуры, находящиеся на

балансе:

и) балансовая и остаточная стоимость фондов;

г) наименование и балансовая стоимость фондов;

е) остаточная стоимость фондов.

Доля импортного оборудования:

а) по количеству единиц;

б) по балансовой стоимости.

Степень износа оборудования:

а) отечественного;

б) импортного.

Доля оборудования с износом:

а) более 70 %;

б) от 50 - 70 %;

в) от 30 - 50 %.

Характеристика незавершенного строительства.

Кадры:

а) численность;

б) возрастной и образовательный состав;

в) текучесть кадров.

Объем выпускаемой продукции:

а) годовой объем выпуска в стоимостном выражении;

б) доля экспортной продукции.

Финансовое состояние хозяйства:

- а) оборот;
 - б) прибыль после налогообложения;
 - в) коэффициент соотношения заемных и собственных средств;
 - г) коэффициент абсолютной ликвидности.
- Согласие органов местной власти на реализацию проекта.

ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ

В бизнес-плане необходимо дать краткое содержательное описание продукции. Целевое назначение этого раздела бизнес-плана - дать инвестору ясное представление, прежде всего, о потребительских свойствах продукции, предлагаемых хозяйством с тем, чтобы он мог оценить платежеспособный спрос на них. Объясните, чем отличается ваша продукция от конкурентной продукции.

При описании продукции необходимо уделять внимание не технической стороне (соответствие ГОСТу или ТУ), а качеству, надежности, конкурентоспособности предлагаемой продукции.

Мы рекомендуем вам использовать следующую схему продукции:

- Наименование изделия и его спецификация.
- Назначение и области применения.
- Основные технические, эстетические и другие характеристики в сопоставлении с имеющимися на рынке аналогами:

продукцией ближайшего конкурента;
лучшими отечественными образцами.

Структура выпуска в натуральном и стоимостном выражении.

Патентная защищенность.

Ключевые проблемы, факторы неопределенности и меры по их снижению.
Условия поставки.

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ СХЕМ И МЕТОДОВ СРАВНЕНИЯ СВОЕЙ ПРОДУКЦИИ С ПРОДУКЦИЕЙ КОНКУРЕНТОВ, ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЗИЦИИ СОБСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ПО ОТНОШЕНИЮ К ПРОДУКЦИИ КОНКУРЕНТОВ

Оценку конкурентных качеств продукции (услуги) следует проводить очень тщательно, так как результаты анализа оказывают решающее влияние на разработку стратегии маркетинга, как сбытовой, так и ценовой, и используются при разработке плана производства. При разработке конкурентных качеств продукции (услуги) необходимо исходить из того, что любой товар - это набор так или иначе воспринимаемых потребительских свойств. На практике эту оценку конкурентных качеств осуществляют в два этапа.

Главная задача первого этапа - это ответить на вопрос: Почему потребители покупают именно эту продукцию, а не другую? Это означает, что необходимо определить набор покупательских предпочтений, т.е. выделить те свойства продукции (услуги), на которых концентрируется внимание покупателей и на базе которых они осуществляют свой выбор. Для этого составьте список продукции (услуг), которые предлагаются на выбранном рынке, определите объем продаж, опишите основные их потребительские и стоимостные качества. Все эти данные удобно внести в таблицу, в которой по вертикали располагают продукции (услуги), а по горизонтали - сравнительные оценки их свойств в какой-либо шкале. При анализе собранной информации следует сопоставить прежде всего стоимостные и потребительские качества наиболее популярных и пользующихся наименьшим спросом продукции. Как правило, даже подобный простой анализ позволяет выявить

набор наиболее важных с точки зрения различных групп потребителей, потребительских качеств продукции.

На втором этапе производится сопоставление вашей продукции по выявленным потребительским предпочтениям с продуктами конкурентов и определяется его место среди них.

ОЦЕНКА И СОДЕРЖАНИЕ АНАЛИЗА РЫНКА

Отечественный и зарубежный опыт свидетельствует, что слабое знание рынка является одной из главных причин несостоятельности многих коммерческих проектов.

Изучение всех факторов, оказывающих влияние на состояние рынка, является исходным пунктом для принятия инвестиционного проекта. От тщательного изучения состояния исследуемого рынка зависит успех и время реализации проекта. Результаты исследования рынка являются базой для разработки стратегической политики хозяйства, при определении потребности в людских и материально-технических ресурсах.

В виду важности и сложности этого раздела целесообразно готовить его в первую очередь и по возможности проверить данные рынка, его объемов и темпов роста по дополнительным альтернативным источникам. В основе методологического подхода к исследованию рынка в бизнес-плане лежит комплексный подход, предполагающий выявление системы взаимосвязей между различными факторами рынка. На практике реализация комплексного подхода к анализу рынка означает, что исходные данные должны охватывать как можно больший круг факторов, влияющих на реализацию продукции, зачастую выходящих за рамки чисто рыночных явлений.

ЦЕЛИ И СОДЕРЖАНИЕ РЫНКА

Целью исследования рынка, проводимого в рамках бизнес-плана, является предоставление достаточного количества факторов, способных убедить потенциального инвестора в том, что:

- продукция вашего хозяйства имеет значительный и перспективный рынок сбыта;
- продукция является конкурентоспособной.

"Стандартное" исследование рынка в бизнес-плане включает в себя три основных блока:

I-й блок - анализ спроса на товары и услуги на выбранном рынке и тенденций его развития.

Оценка спроса на рынке на предлагаемую хозяйством продукцию или услугу является важным параметром при анализе перспективности рынка в целом, планировании маркетинга и организации управления проектом. От оценок сбыта зависят все последующие данные бизнес-плана. Уровень реализации продукции, спрогнозированный в результате исследования рынка, оказывает влияние на план производства, план маркетинга и сумму инвестированного капитала, необходимого хозяйству.

II-ой блок - описание структуры рынка, его основных сегментов, анализ форм и методов сбыта.

Один из главных вопросов, на который нужно получить ответ по данному исследованию - кому и как продать продукцию. В связи с этим производится анализ состояния и перспектив развития основных сегментов рынка; он завершается выбором целевых сегментов для деятельности хозяйства (рыночной ниши).

III-й блок - исследование условий конкуренции на выбранном рынке.

Исследование включает в себя оценку конкурентных качеств предлагаемой продукции, основных конкурентов, изучение их планов, тактики и стратегии деятельности. Это, в свою очередь, предопределяет стратегию сбыта и ценообразование хозяйства на выбранном сегменте рынка.

ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ РЫНКА

Начальным этапом комплексного изучения рынка, позволяющим определить его общие характеристики, является изучение и оценка намечаемых к производству продукции или услуг с точки зрения параметров их спроса. Это один из наиболее важных и ответственных этапов анализа рынка. Недостаточный или неточный анализ спроса имеет результатом создание лишних мощностей и их нерациональное использование, с другой стороны, ведет к созданию мощностей хозяйства, недостаточных для удовлетворения потребностей рынка или не позволяющих оптимизировать масштаб производства. В теории маркетинга есть спрос на продукцию, определяемый платежеспособной потребностью. Поэтому не всякая потребность есть спрос. Наглядно это определение спроса иллюстрирует ситуация в народном хозяйстве в условиях кризиса платежей. Производство продукции во многих отраслях снижается не потому, что нет потребности в этих товарах, а потому, что потребители не могут оплачивать необходимую им продукцию.

Спрос в бизнес-плане определяется на различных уровнях:

- на товары данной отрасли на внутреннем и внешнем рынке;
- на региональных рынках;
- на конкретные виды товаров;
- на продукцию, предлагаемую конкретными хозяйствами.

Основными характеристиками, используемыми количественными изменениями спроса, являются объем рыночного спроса и емкость рынка.

Разница между емкостью рынка и объемом рыночного спроса определяет перспективность рынка, на который в результате осуществления инвестиционного проекта может выйти хозяйство.

Эта многофункциональная зависимость, когда величина спроса и емкость рынка является функцией нескольких факторов:

- структура рынка;
- конкуренция других производителей субститутно-комплементарных;
- эластичность спроса по ценам;
- реакция рынка на социально-экономические процессы;
- каналы распределения;
- темпы роста потребления;
- определение спроса.

Определение спроса на продукцию и размеры рынка включают в себя:

- оценку величины и структуру (текущего спроса по структурам);
- перспективная оценка спроса на рынке, которая будет существовать в течение всего цикла проекта.

Отсутствие статистической информации о влиянии различных факторов на величину спроса нужно компенсировать экспертными оценками спроса и его изменения под воздействием экономических явлений.

Созданную информацию удобно свести в таблицу, которая позволяет:

1. оценить размеры и структуру текущего спроса на рынке, географические размеры, которые подлежат определению;
2. оценить основные сегменты рынка:
 - а) конечного пользователя;
 - б) географическому делению (национальному, региональному и т.д.);
 - в) категориям потребителей (от уровня дохода).

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЕМКОСТИ РЫНКА

Трудность оценки емкости рынка заключается в том, что почти все рынки стран СНГ были "рынками продавцов", спрос на продукцию этих рынков контролировался предложением. Емкость рынка при данной экономике определялась объемом заявок, поданных хозяйствами на приобретение данной продукции. В условиях перехода к рынку из-за отсутствия более точных оценок она может служить сравнительным ориентиром потенциальной емкости внутреннего рынка.

ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ РЫНКА

Определение текущего спроса рынка, его количественных и качественных характеристик необходимо дополнять определением его структуры - сегментация рынка. Сегментация рынка обеспечивает выполнение принципа маркетинга - вывоз продукции, отвечающей запросам потребителей, изучение рынка, сбор и составление данных для прогноза, определение приемлемой номенклатуры продукции. Суть сегментирования рынка состоит в определении групп покупателей, которые предъявляют разные требования к продукции.

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РЫНКА

Существует множество методов прогнозирования рынка, большинство из которых рассчитано на использование специалистами. Почти каждый начинающий составитель бизнес-плана может применять следующие методы:

- 1) метод экстраполяции тенденций;
- 2) метод уровня потребления (с учетом эластичности спроса по доходам и ценам);
- 3) метод конечного пользования (коэффициент потребления);
- 4) метод ведущего показателя.

Метод экстраполяции - это наиболее простая методика и в условиях нечеткости данных весьма эффективная, несмотря на свою простоту. Она базируется на определении тренда и уточнении его параметров.

Чаще всего применяются линейный тренд, функции Кобба-Дугласа, авторегрессии, полиномиальные тренды второго и более высокого порядка. Основной недостаток этого метода применительно к существующим условиям - это то, что цифры годового спроса подвержены изменениям, и для выявления достаточно большой период - не менее пяти лет, а для его определения использовать метод скользящей средней и ни в коем случае не простое арифметическое осреднение. Кроме того, при выполнении этих процедур предполагается, что природа спроса не претерпела качественных изменений.

Метод уровня потребления можно с большим успехом применять, когда речь идет о прямом потреблении какого-то конкретного продукта.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

Анализ конкурентов на рынке товаров и услуг производят по следующим параметрам:

- удельный вес в общем объеме продукции на выбранном сегменте рынка;
- объем и номенклатура продукции;
- надежность товаров;
- использование каналов реализации;
- политика в области сбыта.

КАК РАЗРАБАТЫВАТЬ ПЛАН МАРКЕТИНГА

Основными этапами разработки плана маркетинга являются:

- планирование производства;
- сбыт продукции;

разработка стратегии маркетинга.

ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ

В бизнес-плане необходимо представить методику установления исходной цены на продукцию. Во-первых, вы должны установить цену конкурентов, цену спроса и общую стоимость. Затем рассматривается решение использования начальных цен, их проникновения и противодействия. Для этого ваша цена должна соответствовать общим планам маркетинга для нужного имиджа и финансовым целям. Цена должна быть такой, чтобы привлечь покупателя, а также покрыть затраты и обеспечить разумную прибыль. В основном, ценовую стратегию и выбор методики ценообразования определяют два фактора - тип рынка и характер целей, которые вы преследуете.

Выделяют три типа рынка:

- рынок свободной конкуренции;
- олигополистический рынок;
- монополистический рынок.

В соответствии с тем, на каком рынке вы собираетесь развивать свою деятельность, в бизнес-плане будет раздел разработки ценовой стратегии на условиях данного рынка.

СТРАТЕГИЯ ПРОИЗВОДСТВА

Цель, преследуемая в данном разделе, - предоставление информации для обеспечения инвестиционного проекта с точки зрения производственной и технологической стороны.

В производственном плане разрабатываются следующие данные:

- изложение цели долгосрочной стратегии хозяйства;
- описание структуры производства, его сырьевой базы и технологической схемы производственного процесса.

источники всех видов снабжения, необходимых при реализации инвестиционного проекта;

- предоставить данные о кадровом обеспечении, составление программы подготовки и переподготовки специалистов;

- пути предоставления отчета о состоянии работ по осуществлению проекта для инвестора;

- описание плана вывода предприятия на полную производственную мощность.

С этой целью при описании состояния работ по проекту необходимо указать:

1. уровень предлагаемой производственной политики (мелкосерийное производство, научно-техническая разработка);

2. наличие документации по проекту;

3. правовое обеспечение проекта:

- нормативно-правовая база для организации производства;
- ограничения по лицензированию;
- наличие прав собственности на выпуск продукции;
- наличие производственных площадей;

4. необходимость в закупке техники и оборудования;

5. наименование поставщиков, сроки поставок и стоимость техники и оборудования.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

В этой части бизнес-плана дается описание структуры и концепция управления с краткой характеристикой состава команды.

Любой инвестор, знакомящийся с вашим бизнес-планом, захочет узнать, кто и что будет выполнять. Поэтому в этом разделе нужно дать описание организационной структуры хозяйства, предлагаем вам следующий модуль:

- Основные подразделения хозяйства и их функции;

- Распределение обязанностей персонала управления;
- Методы взаимодействия подразделений между собой;
- Заинтересованность хозяйства в конечных результатах;
- Новые виды работ, вытекающие из целей хозяйства;
- Квалификация персонала.

При описании кадрового состава управления необходимо указать политику в области управления трудовыми ресурсами с указанием источников кадровой требуемой квалификации.

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Финансовый план готовится одним из последних среди разделов бизнес-плана, после того как подготовлены план маркетинга и производственный план, т.к. при его разработке используются данные этих разделов.

Финансовый план должен быть составлен таким образом, чтобы привлечь внимание всех заинтересованных сторон.

Финансовый план должен содержать данные об объеме продаж; валовой прибыли; затратах на оборудование; оплату труда и другие ключевые расходы.

Он также должен включать подробный оперативный анализ доходов и расходов, формирования чистой прибыли хозяйства. Это составит полное представление у потенциального инвестора об уровне рентабельности хозяйства.

Финансовый план составляется в несколько этапов:

1. прогноз объемов реализации:

а) определение объема продукции на рынке и на рынках;

б) определение стоимости продукции или тарифа для каждого вида продукции;

в) рассчитать общий объем реализации в денежном выражении для каждого вида продукции, на каждом конкретном рынке;

2. определить стоимость продукции или тариф для каждой услуги для рынков I, II, III,....;

3. рассчитать общий объем реализации в денежном выражении для каждого из рынков I, II, III,....;

4. рассчитать общий объем реализации для всех рынков для каждого из рынков I, II, III,....;

5. рассчитать общий объем реализации за 5-10 лет для каждого рынка I, II, III,....;

6. расчет планируемой прибыли (годы 1 - 5, все рынки);

7. анализ эффективности инвестиционного проекта;

8. анализ критической точки объема реализации;

9. описание источников финансирования.

Таким образом, задача бизнес-плана - дать целостную, системную оценку не только настоящего положения дел в хозяйстве ("без проекта"), но и перспективные направления деятельности ("с проектом"). Она должна содержать информацию об источниках финансирования как внутренних, так и заемных. Она является не только основой для коммерческого анализа, но и базой данных для других аспектов проектного анализа инвестиций.

Г Л А В А 7

КОММЕРЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА КОЛХОЗА "АЛГА"

Составной частью подготовки любого проекта является проведение коммерческого анализа этого проекта, в результате которого определяются коммерческая жизнеспособность проекта и основные характеристики производимой продукции, ожидаемые объемы продаж и уровень цен на нее, а также выявляются наиболее целесообразные каналы и методы ее сбыта. При проведении коммерческого анализа конкретного проекта основное внимание должно уделяться прогнозированию спроса на продукцию проекта, а также будущих цен, исходя из будущего предложения.

Ниже рассматривается конкретный проект "Алга", объектом исследования которого является колхоз "Алга" Юкори-Чирчикского района Ташкентской области, на базе которого и был проведен коммерческий анализ.

Основными целями проведения коммерческого анализа колхоза "Алга" являются:

- 1) анализ рынка сбыта готовой продукции, исходя из объема ее производства;
- 2) исследование возможностей, имеющихся в хозяйстве, позволяющих ему занять определенное место на рынках г. Ташкента и г. Чирчика;
- 3) изучение потребительского спроса на производимую в хозяйстве продукцию;
- 4) исследование конкурентной среды хозяйства;
- 5) анализ сложившейся ситуации в области хранения, транспортировки и реализации готовой продукции.

Общая площадь колхоза "Алга" составляет 2733 га, из них сельскохозяйственными угодьями занято 2515 га [9]

В хозяйстве на основной площади культивируются зерновые колосовые, занимающие 870 гектаров

Зерноколосовые культуры возделываются на богарных землях за счет естественных осадков и орошения.

Орошаемые земли используются под посевы овощных культур, картофеля, бахчевых и многолетних трав.

Производимая продукция, кроме зерновых, реализуется на рынках г.Ташкента и г.Чирчика, часть продукции продается районным заготовительным конторам (на договорной основе) и пунктам общественного питания.

Хозяйство не имеет коммерческого штата, который непосредственно занимался бы реализацией производимой продукции с наименьшими потерями и наибольшим эффектом.

Производимая в хозяйстве плодоовощная продукция реализуется по принципу "Поле - Рынок", так как хозяйство не имеет хранилища готовой продукции и перерабатывающего завода. В связи с этим хозяйство вынуждено продавать свою продукцию по цене, которая даже не покрывает затрат на ее производство.

Из зерновых культур наибольший удельный вес в структуре посевов занимает пшеница, валовый сбор которой в 1994 году составил 610 тонн. Из них 50% реализуется государству в качестве государственного заказа, 10% зерна остается в хозяйстве как семенной материал. В состав этих 10% выращенного зерна не входит страховой семенной фонд. 40% зерна остается для нужд хозяйства, и расходуются в основном в качестве натуральной оплаты труда местного населения. Это связано с тем, что из-за постоянного роста цен на муку и относительно низкого уровня роста заработной платы возможности населения покупать ее ограничиваются. В таблице 26 приводятся данные по реализации зерновых культур колхоза "Алга".

Схема реализации зерновых культур колхоза "Алга"
в 1994 г. (без проекта)

П Ш Е Н И Ц А (610 т.)			Я Ч М Е Н Ъ (260 т.)		
гос. заказ 50%	на семена 10%	для нужд колхоза 40%	гос. заказ 50%	на семена 10%	для нужд колхоза 40%
305	61	244	130	26	104

В таблице 27 проведен анализ рынка зерновых с точки зрения его привлекательности по 10 критериям (каждый оценивается по 9-ти балльной системе).

Если все баллы суммировать и разделить на количество оцениваемых критериев, то мы получим средний показатель привлекательности рынка пшеницы - 5 баллов (макс. 9 баллов). Низкий уровень данного показателя объясняется тем, что цены на данном рынке устанавливаются государством на низком уровне. В этой связи и деловая активность очень низкая [24].

Оценка привлекательности рынка зерновых

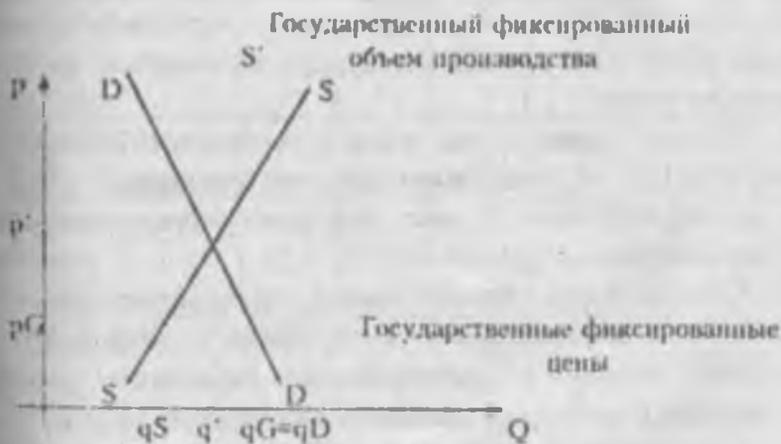
Характеристика рынка (наблюдаемые признаки)	Шкала оценок								
	неудов-но:			удовл-но			благоприят		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Деловая активность		X							
2. Уровень цен		X							
3. Насыщенность рынка									
4. Качество продукции					X		X		
5. Ассортимент товара	X								
6. Конкуренция					X				
7. Развитость коммуникаций					X				

8. Уровень жизни населения			X	X			
9. Разинтость правового регулирования экономики							
10. Совпадение культурных и национальных традиций						X	
Средняя оценка	1	2*2	4*4	5	6	7	
Оценка целесообразности выхода на рынок	Нежелательно		Большой риск		Возможность успеха		

Средний показатель привлекательности =
 $= 1+4+3+2+6+7+8=50 / 10 = 5$

Рассмотрим упрощенный анализ спроса и предложения на рынке пшеницы Узбекистана (г.Ташкент) (график 1).

График 1. Влияние государственного регулирования на кривые спроса и предложения на рынке пшеницы Узбекистана (г.Ташкент).



p' - равновесная цена

q' - равновесный объем

q_S - "естественный" объем предложения при фиксированных государственных ценах

Как видно из графика, кривая спроса на пшеницу является неэластичной (крутая). Это объясняется тем, что пшеница является товаром первой необходимости (т.е. из нее готовят продукты первой необходимости - хлеб и хлебопродукты). Равновесные цена и объем установились на уровне p' и q' соответственно.

Для социальной защиты населения государство фиксирует цены на уровне p_G . По этой цене производители (колхозы) готовы производить продукцию в объеме q_S , в то время как потребители по этой же цене запрашивают объем q_D . Разница $q_D - q_S$ составляет дефицит. Для ликвидации этого дефицита государство фиксирует и объем производства (посредством фиксирования посевных площадей под пшеницу) на уровне q_G . То есть государству устанавливается новая "искусственная" точка равновесия с ценой p_G и объемом q_G .

Продажа пшеницы на рынке в ближайшем будущем по свободным ценам исключается, если не будет отменен государственный заказ на зерно. В настоящий момент себестоимость одной тонны пшеницы составляет примерно около 5 - 6 тыс. сумов, а государство закупает по 2 тыс. сумов за тонну.

Объем производства ячменя составляет 260 тонн, из них 50% идет в счет госзакупок, это составляет 130 тонн, на семена 10 % или 26 тонн, для нужд колхоза остается 40 %, это составляет 104 тонны.

Отсюда можно сделать вывод, что зерновой рынок для хозяйства в настоящее время ограничен и невыгоден. При наличии госзаказа формирование зернового рынка в настоящем рыночном понимании невозможно.

Заготовленная колхозом в 1994 году капуста в объеме 46,8 т. была реализована следующим образом: более 10% (4,7 т.) оставлено на местное потребление, часть реализована районным заготовительным организациям на основании заранее заключенного договора и часть была доставлена на рынки г.Ташкента. Колхоз вынужден идти

на это вследствие отсутствия специального хранилища, из-за чего хозяйство терпит значительные убытки, так как продавать продукцию по низким ценам.

Более 80% произведенной моркови колхоз самостоятельно реализовал на рынках г.Ташкента по свободным ценам или на основе прямых договоров.

По свободной рыночной цене реализованы также бахчевые (тыква) в объеме 59.3 т. в г.Чирчике, это составляет около 77% произведенной продукции.

Таблица 28
Состояние рынка продукции овощеводства колхоза "Алга" в 1994 г.

Место реализации продукции	КАПУСТА		МОРКОВЬ		БАХЧЕВЫЕ (ТЫКВА):	
	тонн	в %	тонн	в %	тонн	в %
Местное потребление	4.7	10	1.45	5	7.7	10
Реализация на рынках г.Ташкента	---	---	23.20	80	10.0	13
Реализация на рынках г.Чирчика	---	---	4.35	15	59.3	77
Реализация районным загот.конторам	42.1	90	---	---	---	---
ВСЕГО :	46.8	100	29	100	77	100

Картофель, производимый колхозом, реализуется по рыночным ценам на основе спроса и предложения. Около 10% от общего объема расходуется на местное потребление, это составляет 30 т., 61% реализовано на рынках г.Ташкента (184 т.), около 29% (90 т.) заложено в хранилище, как семенной материал.

Таблица 29

КАРТОФЕЛЬ

Местное потребление 10%	Реализация в г.Ташкенте 61%	Семенное межкол- хозное хранилище 29%
30 т.	184 т	90 т

Колхоз "Алга" реализует томаты на рынках городов Ташкент и Чирчик путем свободной продажи или поставки на основе прямых договоров (табл. 30).

Таблица 30

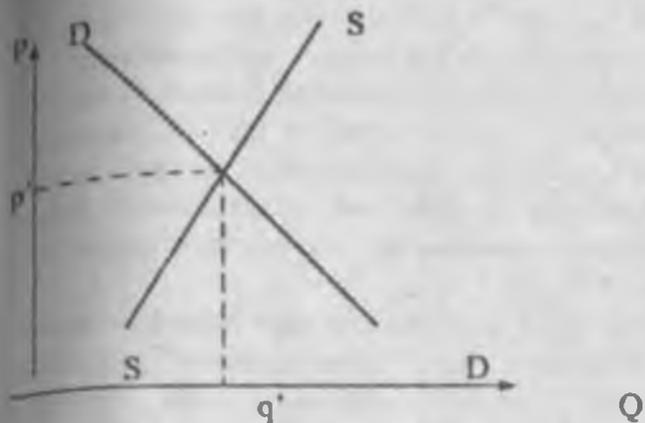
ТОМАТЫ

Местное потребление 10%	Районная загот. контора 10%	Койсервный завод г.Ташкента 80%
36,7 т	36,7 т	293,6 т.

Кривая спроса на томаты по сравнению с кривой спроса на пшеницу является более пологой. Это объясняется тем, что томаты не являются товаром первой необходимости. Равновесные цена и объем установились на уровне p' и q' соответственно. Из-за насыщенности рынка томатов, предложением, видится возможность освоения других рынков сбыта и изменение ассортимента производимой продукции (экспорт продукции, переработка).

Рассмотрим упрощенный анализ спроса и предложения на рынке томатов Узбекистана (г.Ташкент) (график 2).

Предложение томатов колхозом "Алга" является неэластичным, так как нет специализированных хранилищ и в связи с чем часть произведенной продукции вынужденно реализуется с поля по любой цене. Транспортировка томатов на рынки городов Ташкент и Чирчик осложнена слабым развитием коммуникаций



p' - равновесная цена
 q' - равновесный объем

График 2. Кривые спроса и предложения на рынке томатов Узбекистана (г.Ташкент).

(большие потери продукции из-за отсутствия специализированного транспорта) и сопровождается большими транспортными расходами. Одним из выходов из этого положения является строительство хранилища или мини-завода по переработке в томат-пасты и другие виды консервирования томатов.

Климатические условия колхоза позволяют выращивать томаты без особо больших потерь. Основная часть выращенного урожая реализуется на рынках г.Ташкента, это составляет 80% общего объема продукции (293,6 т.), местное потребление - 10% (36,7т.), районным изготовительным организациям - 10% (36,7 т). Предусмотренный проектом запуск малого перерабатывающего завода открывает возможности расширения рынка томатной продукции для колхоза.

В то время колхоз "Алга" закупал необходимые для выращивания ресурсы (удобрения, ядохимикаты) по договорным ценам. Так, в частности, колхоз закупал мочевины, аммофос, хлорит калия в Куйлюкском межрайонном объединении сельхозхимии по договорным ценам, а ядохимикаты в районной сельхозхимии (сера, карате, децис, дроз; препараты, омайд, гербициды) по договорной цене.

По рыночной цене колхоз закупает также семенные посадочные материалы в "Узсортсемоюз". Следует подчеркнуть, что колхоз перешел на условия самообеспечения по отдельным видам семенных материалов, в частности, семенам лука, люцерны, кенафа и отдельным зерновым культурам.

В поиске выгоды от производства сельхозпродуктов, и в частности, по семенным посадочным материалам, колхоз начал сдавать их в семенные межколхозные хранилища с тем, чтобы после определенного периода использовать их при посеве.

Для производимой продукции в колхозе "Алга" сформировались следующие рынки сбыта (табл. 31):

- заготовительные организации на уровне района и в г. Чирчике, г. Ташкенте;
- государство в лице заготовительных организаций государственного сектора;
- мелкооптовые рынки на уровне колхозного рынка;
- население самого хозяйства и соседних хозяйств.

Исходя из сложившегося рынка, колхоз "Алга" имеет возможность реализовывать свою продукцию государству, другим потребителям на договорной основе или же на колхозном рынке на основе спроса и предложения.

Государство в основном закупает зерно-колосовые, уровень госзаказа которых составляет 50% от основного объема производства.

Таблица 31

ПРОИЗВОДСТВО СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ПРОДУКЦИИ НА 1955 Г. И
РЫНКИ ЕЕ СБЫТА ПО КОЛХОЗУ "АЛГА"

Показатели	Копюля	Зерно	Карто- фель	О.ощи, всего	Плоды	Мяс о в ж.в.	Коко шы	Шерсть
тонн	8	741	660	2200	86	10	1,5	1,2
Рынки сбыта	государ- ство	государ- ство	рынки города Ташкент				государство	
Заказчики (по договору)	Заготов. организа ции	Завод ККЗ	(РПС)	Консервный завод г.Ташкент			Заготовительные организации (РКЗТ, РПС)	
Доставка до потре- бителя	За счет колхоза	За счет колхоза	С поля и со склада за счет заказчика	За счет заказчи- ка	За счет колхоза	За счет колхоза	За счет заказчи- ка	За счет заказчи- ка

Продукции овощеводства реализуются колхозом на рынках г. Ташкента и г. Чирчика, а также на колхозном рынке. Основные виды овощеводческой продукции отпускаются на основе ранее заключенных договоров. Хозяйство заключило договор на поставку продукции овощеводства Новоташкентскому консервному заводу, с малым предприятием "Фирдавси" г. Ташкент, плоды закупают перерабатывающие предприятия "Узплодоовощинпрома" по заранее заключенным договорам.

Объем доставки продукции, произведенной в колхозе "Алга", на Ташкентский рынок в 1994 году (таблица 32) составляет:

- картофель 493 т
- морковь 200 т
- лук 760 т
- томаты 30 т
- прочие овощи 1430 т.

Основными конкурентами на рынке овощеводческой продукции являются колхоз "Сохибкор" и колхоз "Джамбул" Юкори-Чирчикского района (картофель), колхоз "Сохибкор" (морковь), колхоз "Джамбул" (лук), колхоз "Намданак" Паркентского района (томаты), колхоз "Авангард" Урта-Чирчикского района (плоды).

Выявление конкурентов хозяйства на рынке позволяет контролировать свои возможности с учетом преимущественных сторон конкурентов и разработать меры по преодолению недостатков в области коммерческих усилий.

Объем доставки продукции, произведенной в колхозе "Алга", на Ташкентский рынок в 1994 г.

Показат ели	Карто фель	Мор- ковь	Лук	Огур- цы	Томат	Про- чие	Плоды
Пропл. в тона.	493	200	760	40	30	1430	10
Конку- ренцы	к-з Сохибкор к-з Джамбул Юкори-Чир- чикского р-на		к-з Джам- бул	к-з Сохи- бкор	к-з Намда- нак Паркент р-на	к-з Сохи- бкор	к-з Лан- гард У.- Чирч. р-на
Преиму- щества конку- рентов	Близкое рас- положение к рынкам, что уменьшает транспорт- ные издерж- ки		- " -	- " -	Благоп- риятное место- распо- ложение рынка	Устойчивые связи с потре- бителями продукции	

По сравнению с рынком пшеницы рынок томатов является более привлекательным (5.8 баллов, табл. 33). Это объясняется, в первую очередь, отсутствием монополии на данном рынке, повышенной деловой активностью и свободно устанавливаемыми ценами, но в то же время хотелось бы отметить, что насыщенность рынка томатами не максимальна. Это объясняется рядом причин:

- отсутствием специального транспорта для перевозки томатов, вследствие чего большие потери при транспортировке готовой продукции до рынка;
- отсутствием в хозяйстве цеха по первичной обработке продукции;
- большим уровнем конкуренции однотипной продукции, в связи с чем предлагаем расширение ассортимента производимой продукции.

Оценка привлекательности рынка томатов

Характеристика рынка (наблюдаемые признаки)	Шкала оценок								
	неудов-но			удовл-но			благоприят		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Деловая активность							X		
2. Уровень цен						X			
3. Насыщенность рынка						X		X	
4. Качество продукции						X			
5. Ассортимент товара					X				
6. Конкуренция					X				
7. Развитость коммуникаций			X				X		
8. Уровень жизни населения					X				
9. Развитость правового регулирования экономики				X					
10. Совпадение культурных и национальных традиций							X		
Средняя оценка			3	4	5*2	6*2	7*3	8	
Оценка целесообразности выхода на рынок	Нежелательно			Большой риск			Возможность успеха		

$$\text{Средний показатель привлекательности} = \\ = 3+4+10+12+21+8=58/10 = 5.8$$

Как уже отмечали выше, в настоящее время не сформирован полноценный рынок в системе свободной реализации продукции сельского хозяйства.

По мере поэтапного запуска проекта в эксплуатацию и формирования рыночных отношений появляется необходимость в комплексном исследовании данного рынка. Исходя из этого, рекомендуется проведение следующих мероприятий:

• разработка полного коммерческого анализа и практико-методологическом исследовании рынка;

• создание специального штата по вопросам маркетинга, в обязанности которого входит изучение состояния рынка для продукции хозяйства в общем плане, а в частности:

- а) изучение вопроса изменения специализации - переход к производству других видов продукции, которые могли бы с большим успехом конкурировать на рынке сельскохозяйственной продукции;
- б) выбор рынка для конкретного вида продукции овощеводства, где именно можно продавать томат с наибольшей выгодой для хозяйства, опережая конкурентов;
- в) проведение политики возможности уменьшения доли государственного заказа в производстве зерновых колосовых;
- г) изучение вопросов по экономическому обоснованию приобретения новых технологий, которые были бы менее трудоемкими;
- д) исследование проблем увеличения объема продукции за счет повышения урожайности, что позволит уменьшить ее себестоимость и тем самым иметь более дешевую продукцию, чем у конкурентов;
- е) улучшение ассортимента производимой продукции;
- ж) рассмотрение вопроса строительства овощехранилища как одного из направлений укрепления конкурентоспособности продукции по сравнению с продукцией других производителей (конкурентов).

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Узбекистан расположен на знаменитом в древности Великом шелковом пути из Европы на Дальний Восток. Территория Узбекистана составляет 447 тыс. кв.км., более 70% которой приходится на долю пустынь и полупустынь, остальная часть его территории - плодородные долины, расположенные вдоль двух главных рек Амударья и Сырдарья.

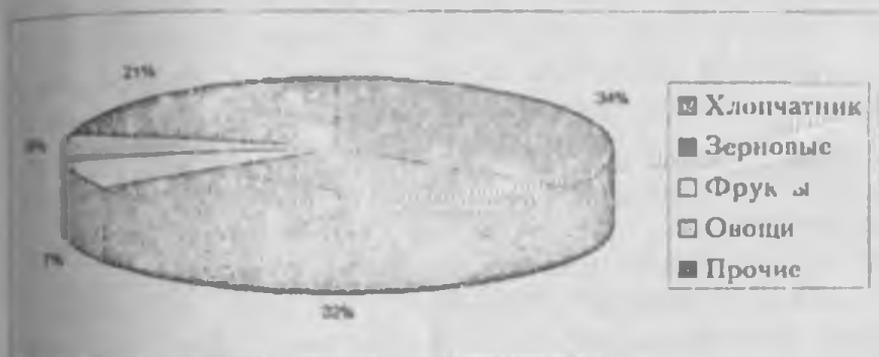
Население Республики составляет около 23 миллионов человек, более 60% которых проживает в сельской местности. Из общего числа населения около половины - люди в возрасте не старше 19 лет. По национальному составу большая часть населения это люди узбекской национальности (около 71%).

Узбекистан расположен в типично пустынно-континентальной климатической зоне, с высокими летними и низкими зимними температурами. Средний уровень выпадения осадков в стране варьирует от 170 до 300 мм., что является недостаточным для обеспечения потребности сельского хозяйства в воде, которое в основной своей части ведет орошаемое земледелие.

Узбекистан в основном считается аграрной страной. Доля сельского хозяйства в ВВП Узбекистана составляет примерно 30%, что является одним из самых высоких показателей среди республик бывшего СССР. Благодаря экспорту хлопка сельское хозяйство приносит около 60% экспортных поступлений. Используя сложную систему ценообразования на вводимые ресурсы и производимую продукцию из сельскохозяйственного сектора изымается более 50% от всего объема дохода в бюджет правительства. Это происходит в условиях значительного дефицита водных и земельных ресурсов. Всего 10% из общего объема земельных ресурсов могут быть использованы на сельскохозяйственные нужды. В виду чрезвычайно засушливого климата почти все обрабатываемые

сельхозугодия, площадь которых составляет 4,5 млн. га. являются орошаемыми и охвачены крупномасштабной системой ирригации которая нуждается в работах по восстановлению или обновлению. В структуре посевных площадей более 34% заняты под хлопчатник, 32% под зерновыми культурами, 7% под фруктовыми садами, 6% под овощными культурами и 21% под прочими сельхозпродуктами (График 3).

График 3. Структура посевных площадей в сельском хозяйстве Узбекистана.



Развитие сельскохозяйственного сектора до 1990 года в основном происходило за счет увеличения посевных площадей. Проведение широких ирригационно-мелиоративных работ позволило увеличить посевные площади в среднем на 70 тыс. га. в год. Экстенсивное развитие сельского хозяйства помимо роста объема производства также способствовало смягчению социальной напряженности в густо населенных сельских местностях и привело к минимуму проблемы связанные с миграцией из сельской местности.

Вместе с тем чрезмерный упор на расширение системы орошения создало проблемы для окружающей среды и для эффективности системы, в частности, существенные водопотери, избыточное использование воды, а также

ухудшение состояния Аральского моря. Многие каналы не имеют облицовки и в следствии чего потеря воды составляет от 40 до 60%. К тому же, распределение воды на основе плановых норм часто приводило к ее избыточному расходованию на отдельных полях, а у сельскохозяйственных производителей не было стимулов для экономного использования бесплатно полученной ими воды. Более 50% орошаемых площадей являются засоленными, а более четверти заболочены по причине недостаточного дренажа. Избыточное использование удобрений также способствует деградации и ухудшению качества почв по причине стоков в водоемы и реки.

Правительство республики осознано сложившуюся ситуацию и в настоящее время проводится исследование почв, основная задача которого является определение оптимального уровня внесения удобрений. Также в рамках проекта модернизации хлопководства предусмотрено осуществление целенаправленного мероприятия по улучшению медиоративного состояния почв.

После распада Советского Союза Узбекистан испытывает трудности как и другие республики, которые заключаются в неэффективности производства, в развале межреспубликанских торговых и платежных механизмов, высокой степени монополизации рынка, искусственного сдерживания инфляции и прекращение значительных бюджетных поступлений от союзного правительства.

Обеспокоенное ухудшением экономики Правительство приняло решение о проведении относительно осторожного курса реформы, направленного на преобразование административно-командной экономики в систему, основанную на рыночных отношениях.

По мере ухудшения ситуации к концу 1993 года и в связи с выходом Узбекистана из рублевой зоны, правительство начало рассматривать возможность проведения более решительных реформ. Указ Президента от 1994 года предусматривает проведение более широких

экономических реформ, направленных на ускорение приватизации государственных предприятий, развитие частного сектора и создание различных форм собственности, ограниченная государственная монополия на производимую продукцию, создается валютный рынок и рынок ценных бумаг, совершенствуется банковская деятельность. Сняты установленные закупочные цены на все виды сельхозпродукции за исключением зерна и хлопка, согласно принятому графику полная отмена госзаказа которых предусмотрена соответственно в 1997 и 1998 гг., ликвидировано обязательное лицензирование всех экспортруемых сельхозтоваров за исключением хлопка. Постепенно ликвидируется система субсидирования и качественного налогообложения. Правительство приняло решение в рамках проекта модернизации хлопководства продлить срок аренды земельных участков до 99 лет.

Ускоренное проведение реформ за последние полтора года прочно поставило Узбекистан на путь перехода сельского хозяйства к рыночной экономике. Начинают появляться новые формы и методы хозяйствования, развиваются альтернативные рыночные каналы сбыта сельскохозяйственной продукции. В целом экономика Узбекистана начинает постепенно стабилизироваться. ВВП в сопоставимых ценах на первое полугодие 1996 года составил 101,4% к соответствующему периоду прошлого года. Объем промышленного производства 105,0%, производство потребительских товаров 106,3%, внешнеторгового оборота 130,1%. Продолжается стабильное наращивание производственного потенциала страны: общий объем капитальных вложений за счет всех источников финансирования за полгода составил 104,4% к аналогичному периоду прошлого года. Также высокий рост наблюдался в комплексе машиностроения, химии и металлургии (108,2%).

Уровень среднемесячной инфляции за прошедшие полгода составил 3,8%. Согласно официальной статистике

результатом проведения жесткой монетарной политики явилось существенное снижение бюджетного дефицита: если в 1995 году он составил 2,9% к ВВП, то по итогам 1 квартала был достигнут профицит бюджета в размере 0,9% к ВВП (таблица 34).

Таблица 34

Основные макроэкономические показатели
в текущих ценах

Показатели	1995 год	I квартал 1996 года	I полуго- дие 1996 года
ВВП (млрд. сум)	298.5	84.3	180.4
Объем промышленной продукции (млрд. сум)	238.1	86.9	196.1
Капитальные вложения (млрд. сум)	82.2	18.8	55.5
ИОЦ (среднемесячный, %)	10.1	4.5	5.9
ИПЦ (среднемесячный, %)	6.7	3.4	3.8
Денежные доходы населения (млрд. сум)	145.0	54.3	125.1
Денежные расходы населения (млрд. сум)	129.9	51.4	116.0
Численность безработных (тыс. чел.)	31.0	30.8	39.7
Экспорт (млн. долл. США)	3109.0	555.8	1446.6
Импорт (млн. долл. США)	2892.7	607.0	1794.6
Баланс (млн. долл. США)	216.3	-51.2	-348.0
Доходы государства (млрд. сум)	89.9	33.5	79.6
Расходы государства (млрд. сум)	98.7	33.2	83.5
Бюджетный дефицит (млрд. сум)	-8.8	0.3	-3.9

(Инфоцентр ЦБ Рuz)

Характерной чертой, определяющей состояние национальной экономики в первом полугодии 1996 года, является курс на некоторое смягчение денежно-кредитной политики, проводимой Центральным банком в области резервирования средств коммерческих банков (с 1 июня размер отчислений в фонд обязательных резервов Центрального банка понизился с 30% до 25%).

Экономика Узбекистана начинает постепенно стабилизироваться. Вместе с тем многое еще предстоит сделать по реализации реформ, определению и устранению основных факторов, сдерживающих развитие экономики, основанной на рыночных отношениях. Это особенно актуально для сельскохозяйственного сектора, где развивается структура управления хозяйствами. Однако немногие хозяйства являются независимыми от административного контроля. Масштабы ценового контроля и государственного заказа сократились. Однако отсутствие эффективных рыночных каналов сбыта продукции не позволяет достичь производителям существенной экономической выгоды от этого процесса. Следовательно, в сельском хозяйстве по культурам, на которые не установлен госзаказ, доля реализованной продукции в общем объеме остается незначительной в сравнении с продукцией, на которую устанавливаются государственные закупочные цены (таблица 35).

Переход к рыночной экономике требует прекращения прямого участия Правительства во всех аспектах распределения производственных ресурсов, в производственной деятельности, переработке и сбыте продукции. Правительству следует взять на себя не менее важную роль (обеспечению) формирования конкурентоспособного, ориентированного на рынок сектора сельского хозяйства.

Таблица 35

Основные показатели производства и реализации сельскохозяйственной продукции в Республике Узбекистан за 1995 год (по всем видам хозяйства)

Вид продукции	Ед. изм.	Произведенная продукция (тн.)	в том числе реализованная продукция (тн.)	Доля реализации (%)
Хлопок	тыс.тн	3934	3934	100
Зерновые колосовые	тыс.тн	2434	1746	71.7
Овощи	тыс.тн	2663	1198	44.9
Бахчевые	тыс.тн	426	144	33.8
Картошка	тыс.тн	440	154	35.0
Фрукты	тыс.тн	583	288	49.4
Виноград	тыс.тн	576	469	81.4

СОЦИАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Узбекистан считался одним из наиболее бедных регионов бывшего СССР, причем самое бедное население проживало в сельской местности. После распада Советского Союза и прекращения дотаций из центра, объем направляемых ресурсов для социальной защиты населения сократился. Процесс реализации программы перехода к рыночной экономике, хроническое увеличение цен на товары оказали отрицательное влияние на бедные слои населения, большинство из которых оказалось в состоянии еще большей бедности в переходный период.

Узбекистан считается аграрной страной. Большинство населения проживает в районах обрабатываемых земель, где плотность является довольно высокой и составляет

примерно 3-4 человека на гектар. При годовом росте населения 2,8% и ограниченных возможностях сельскохозяйственного сектора трудоустроить такое количество населения связано с определенными проблемами. После обретения страной независимости, ввиду снижения реальных доходов и ухудшения системы оказываемых социальных услуг, условия жизни в сельской местности значительно ухудшились.

Положительным результатом проведения рыночных преобразований в Узбекистане является незначительный уровень безработицы, который даже с учетом скрытых его форм не превышает 1%. Следует ожидать, что с углублением реализации программы по структурным реформам число незанятого населения в трудоспособном возрасте увеличится. Это связано, в первую очередь, с наличием на государственных предприятиях избыточных рабочих мест с минимальной оплатой, которые после приватизации подлежат сокращению. Также эта тенденция характерна и для сельского хозяйства, где успешная реализация реформ, направленных на структурное преобразование отрасли окажут воздействие на занятость сельского населения.

Правительственные программы экономического развития предусматривают необходимость предотвращения волны миграции сельского и городского населения. Учитывая ограниченность возможностей по обеспечению занятости в городском секторе, Правительству следует рассмотреть пути создания новых рабочих мест в сельских районах с тем, чтобы поглотить любую избыточную рабочую силу, которая может возникнуть в результате реорганизации хозяйств. Для решения данной проблемы большие резервы имеются в развитии отраслей по переработке сельскохозяйственной продукции.

Узбекистан унаследовал от бывшего СССР обширную систему социальной защиты, где ресурсы использовались неэффективно и не всегда по назначению. Со времени

обретения независимости власти внесли определенные коррективы в систему социальной защиты, однако эти коррективы не способствовали в полной мере повышению потенциальной эффективности системы. Более того, спад в экономике переходного периода привел к сокращению объема имеющихся ресурсов и неблагоприятно повлиял на уровень жизни.

Усилия правительства в области социальной политики в значительной мере были направлены на ликвидацию отрицательных последствий переходного периода. Был принят закон о занятости, по которому предусматривается введение системы пособий по безработице. Также решение правительства о поддержании определенного уровня социальной защиты потребовали введения серьезных изменений на рынке рабочей силы Узбекистана. Эти изменения нашли свое отражение в принятом Законе о занятости населения, который направлен на решение трех проблем, касающихся системы социальной защиты и перехода к рыночной экономике. Данный закон предусматривает:

- a) создание службы занятости и определяет ее функции;
- b) ликвидацию обязательств государства по обеспечению полной занятости;
- c) создание Фонда занятости для финансирования пособий по безработице и программ активного вмешательства на рынке труда.

Вышеперечисленные проблемы по социальной защите населения являются актуальными и для населения, проживающего на территории хозяйства "Ташаул".

Число дворов, расположенных на территории колхоза, составляет 814, где численность населения достигает 4020 человек (средний размер семьи - 4,9 человек). Из общей численности населения более 65% приходится на долю детей до 16 лет, пенсионеров и инвалидов; 19,1% - на работников хозяйства; 7,9% - на домохозяйек; 5% - на

работающих вне хозяйства; 2.4% - на долю безработных (таблица 36).

Таблица 36

Структура населения "Ташаул" (на 1.01.1996 г.)

Состав	Всего, чел.	Структура в % к итогу
1. Население, проживающее на территории хозяйства, всего:	4020	100.0
мужчин	2065	X
женщин	1955	X
- работающие в хозяйстве	770	19.1
мужчин	451	X
женщин	316	X
- работающие вне хозяйства	202	5.0
- иждивенцы.	2640	65.6
пенсииеры:	463	X
дошкольники	1526	X
школьники	875	X
инвалиды и др	68	X
- безработные	96	2.4
- домохозяйки	312	7.9
Количество дворов (шт.)	814	

Если из общего числа членов колхоза 7.3% составляют руководящие работники и ведущие специалисты, то 92.7% работников заняты непосредственно производством в отраслях растениеводства и животноводства (таблица 37).

На территории колхоза Ташаул за счет средств хозяйства в разные годы построены и функционируют две школы, два детских сада на 240 мест, один клуб, рассчитанный на 120 человек, пять магазинов и одна поликлиника.

Структура работников хозяйства "Ташаул"

Руководящие работники и специалисты	56	7,3
из них: с высшим образованием	23	X
со средне-специальным образованием	17	X
в возрасте до 35 лет	14	X
от 35 до 55 лет	37	X
старше 55 лет	5	X
мужчин	45	X
женщин	11	X
Рабочие всех структур	714	92,7
растениеводства	411	X
животноводства	41	X
вспомогательных и иных структур	262	X
в возрасте до 35 лет	371	X
от 35 до 55 лет	320	X
старше 55 лет	23	X
мужчин	406	X
женщин	305	X
Всего	770	100,0

В колхозе параллельно с государством ведется определенная работа по социальной защите населения, которая затрагивает интересы только членов колхоза. Так, плата за детский сад детям колхозников покрывается за счет средств хозяйства. Также за 1995 год колхозникам реализована по льготным ценам продукция собственного производства (таблица 38).

Таблица 38

Расчет льгот, предоставляемых колхозникам в хозяйство
"Ташаул" (на одного колхозника)

Наименование товаров и услуг	Количество (кг)	Стоимость по рыночным ценам (сум)	Стоимость по льготным ценам (сум)	Размер субсидий (сум)
Масло	40	2600	1200	
Рис	200	14000	10500	
Овощи	100	500	375	
Мука	150	5100	3825	
Пшеница (зерно)	200	2800	2100	
Оплата дет. сада ¹	за 1 год	3600	0	
Итого	X			

ТЕХНИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В настоящее время внутрихозяйственная ирригационно-мелиоративная сеть колхоза "Ташаул" требует капитального ремонта. Около 32,5 км ирригационных и дренажных каналов, обслуживающих 1779 га пашни, заилены и загрязнены, требуется ежегодная очистка каналов. Общая балансовая стоимость этой системы составляет 1489,0 млн. сум, при годовом износе 53,0 тыс. сум. В исследуемом хозяйстве для земледелия вода поступает самотеком из двух речных систем (р. Карасу и р. Чирчик).

Колхоз в основном закупает МТР у государства. В таких ресурсах, как удобрения, пестициды, ядохимикаты и т.п., ощущается нехватка на всем протяжении производственного цикла.

¹ В среднем на каждого работающего приходится один ребенок в возрасте до 6 лет

Машино-тракторный парк хозяйства также требует капитального перевооружения, так как основная его часть устарела (морально и физически), которая была закуплена в 1984-1989 гг. и в настоящее время более 50% ее в нерабочем состоянии (таблицы 39 и 40).

Таблица 39

Техническое состояние хозяйства "Ташаул"
на 1.01.1996 года

Вид технического оборудования	Количество (из них в нерабочем состоянии)	Сумма (сум)	Срок эксплуатации (годы)
1	2	3	4
1. Кормораздатчик	2	9424	11
2. Разные приспособления	9(3)	23822	10
3. Опрыскиватель ОКВ-1200	1	20079	12
4. Плуги разные	9	22968	11
5. Планировщики разные	6	30004	9
6. Погрузчики разные	6	79135	8
7. Пресс гидравлический	1	459	7
8. Подборщики разные	1(1)	5846	списан 12
9. Распределители разные	5	21743	10
10. Сеялки разные	23(15)	92427	9
11. Трактора прицепные	54(35)	242804	15
12. Хлопкоуборочные машины	14(7)	669378	12
13. Хлопкоуборочные машины	3	186664	10
14. Хлопкоуборочные машины	1(1)	105960	11
15. Ямокопатель	2(2)	21325	списан 15
16. Тележки	2	2174	10
17. Картофелесажалка	1(1)	3868	9
18. Картофелекопалка	1	2409	8
19. Транспортёр	5(2)	19741	10

1	2	3	4
20. Бензопила	1	130	11
21. Смеситель	1	14703	9
22. Приспособление "Чекап"	8	11258	10
23. Опылитель	2	681	11
24. Волокуша	1	1103	12

Таблица 40

Состояние машинно-тракторного парка хозяйства "Ташаул"
на 1.01.1996 года

Вид технического оборудования	Количество (из них в нерабочем состоянии)	Сумма (сум)	Срок эксплуа- тации (годы)
1. ГАЗ-51	1	4643	10
2. ГАЗ-52	1(1)	2061	11
3. Автобус КАВЗ	2	6931	10
4. Москвич	3(2)	59041	8
5. УАЗ-452	1(1)	2806	11
6. Автотрицикл	1	1214	7
7. УАЗ-469	1	2137	9
8. Газ-52	2	10730	10
9. Газ-52 (заправочный агрегат)	1(1)	2772	12
10. Автокроссиновоз	1	12148	11
11. Заправочный агрегат	2(1)	4246	13
12. Агрегат технического ухода	1(1)	2603	10
13. Газ-52	1	3186	11
14. Уаз-469	1(1)	2824	11
15. Газ-53	1(1)	4015	12
16. Газ-53	2(1)	5623	10
17. Зиз-150	4(3)	7726	13
18. Саз-3507	1(1)	9162	13

Следовательно, дальнейшее развитие колхоза "Ташаул" должно переориентироваться на интенсивное использование имеющихся ресурсов. Это, в свою очередь, требует модернизации имеющейся оросительной системы, обновления и капитального ремонта технических средств и улучшения системы земледелия.

СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВОМ

Производственно организационная структура колхоза "Ташаул" отражена в приложении 4.

Высшим органом управления в хозяйстве является общее собрание его членов. Все вопросы, связанные с определением приоритетных направлений дальнейшего развития хозяйственной деятельности, принятие решений по изменению в структуре управления и решение других организационных вопросов, рассматриваются и утверждаются на общем собрании колхозников.

Каждые три года проводятся отчетно выборные собрания, где переизбираются председатель колхоза и члены правления, состоящего из 13 человек.

В колхозе применяется двухступенчатая структура управления. Это связано с тем, что хозяйству по масштабам не крупное и расположение производственных бригад компактное. Хозяйство состоит из 14 бригад, 5 из которых являются специализированными и 9 диверсифицированными (выращивание хлопка, пшеницы и кенафа). Также в хозяйстве функционирует молочная ферма, машинно-тракторный парк и сопутствующими службами.

В хозяйстве налажены службы по обеспечению электричеством; природным газом; питьевой водой, используемых населением в быту.

Все расчетные операции, связанные с хозяйственной деятельностью, составление отчетов, налаживание экономических и финансовых взаимоотношений с другими организациями осуществляются главными специалистами.

ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ

Финансовый анализ проводится за 1995 год на основе фактических затрат и реализационных цен в разрезе 10 основных культур.

Были трудности связанные с определением цен на кормовые культуры (люцерна, кукуруза на силос), так как данные виды культур в хозяйстве оставляются для внутреннего потребления. В связи с чем цены определены на основе внутрихозяйственных цен (которые складываются из себестоимости продукции плюс нормативной прибыли).

После определения площади, валового сбора, выручки и затрат рассчитаны финансовые Чистые Приведенные Ценности (ЧПЦ) по всем видам культур (приложение 1).

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

По схеме выполнения расчетов экономический анализ похож на финансовый анализ лишь с той разницей, что экономический анализ проводится в "истинных" для экономики страны ценах. В качестве ориентира для определения "истинных" цен выступают цены конкурентных мировых рынков. Следует также отметить, что наряду с товарами и услугами внешнеторгового оборота безусловно существуют реальные внутренние выгоды и затраты, которые практически бессмысленно измерять в "мировых" ценах, для которых не может существовать конкурентного мирового рынка (земля, вода, труд и т.д.).

Методика перехода от финансовых цен к экономическим, согласно П. Гитенгера, состоит из следующих трех основных шагов:

- в первую очередь, все виды внутренних перемещений денежных средств, которые не отражают реальных затрат или выгод страны;
- исключение из экономического анализа трансфертных (палоги, дотации, внутренние кредитные операции и т.д.) платежей, которые не отражают реальных затрат или выгод страны, так как перераспределяются внутри страны;
- корректировка искажений цен на товары, которые относятся к категории "товары внешнеторгового оборота". Следует рассчитать "паритетные" цены импорта или экспорта по данным товарам.
- сопоставление с оценкой товаров внешнеторгового оборота с теми товарами и услугами, которые не могут быть оценены через цены мирового рынка.

Существенной (важной) проблемой проведения экономического анализа в условиях Узбекистана, где осуществляется переход от системы административно-командной к системе, основанной на рыночном механизме, заключается в значительном недостатке необходимых для проведения анализа исходных данных, а также колебания внутренних цен на сельскохозяйственную продукцию и вводимые ресурсы, регулирование официального обменного курса и т.д. Все это приводит к невозможности сформулировать точный экономический анализ бюджета фермы. В связи с этим в экономическом анализе по некоторым элементам затрат и выгод приведены предварительные оценки, основанные на ограниченном объеме исходных данных.

Исключение трансфертов. В экономическом анализе следует исключить трансфертные платежи, которые

присутствуют в финансовом анализе как в потоках выгод, так и в потоках затрат.

В структуре налоговых платежей важное место занимают отчисления подоходного налога (1 млн. сум), определяемые по законодательству в процентах к фонду заработной платы. Являясь трансфертными платежами они должны быть исключены из расчетов при анализе экономической эффективности.

Следующим по важности видом трансфертных платежей является земельный налог, сумма которого составила в 1995 году 618 тыс. сум или 825 сум в среднем на гектар поливной пашни. В экономическом анализе данный вид трансфертных платежей не должен учитываться.

За исследуемый 1995 год изымаемая сумма налога на прибыль хозяйства составила 45 тыс. сум. Налог на прибыль как вид трансфертных платежей также не учитывается при определении народнохозяйственного эффекта.

К трансфертным платежам также принято относить все полученные субсидии и дотации. Данный вид трансфертных платежей в хозяйстве отсутствует и следовательно они исключаются из рассмотрения.

Остальные виды трансфертных платежей, такие как пошлины на экспорт и импорт, акцизные сборы и налог на добавленную стоимость, облагаемые из вводимых ресурсов, не будут рассматриваться, так как при определении паритетных цен товаров, относящихся к внешнеторговому обороту, соответствующие значения были исключены из расчета.

Для товаров и ресурсов, не вовлеченных во внешнеторговый оборот, таких как кукурузы на силос, люцерны и на прочие затраты, коэффициенты перевода приняты за единицу. По таким статьям расходов, как семена, общехозяйственные и общепроизводственные

расходы из-за отсутствия необходимой информации также коэффициенты перевода приняты за единицу.

Расчет экономической стоимости труда был произведен по следующей методике.

В 50 километрах от хозяйства расположен рынок "Куйлюк", где имеется "черный" рынок труда. На основе проведенного монографического обследования установлено, что среднесуточная оплата неквалифицированного и квалифицированного труда составляют 250 и 500 сум соответственно. Данный рынок труда не контролируется государством и цена на труд устанавливается на основе спроса и предложения (equilibrium point), что дает основание принять его за основу для определения альтернативной стоимости труда (Opportunity cost of labor). Если учесть, что каждый колхозник в среднем за год отработал 300 человеко-дней, то, по нашим расчетам, неквалифицированный работник ежедневно выходя на рынок имеет возможность заработать 75000 сум (300×250), квалифицированный - 150000 сум.

Но необходимо отметить, что на данном рынке преобладает предложение труда, т.е. часть предложенного труда остается невостребованной. Обследованием было выявлено, что неквалифицированный рабочий при 100 выходах на рынок в поисках работы только в 70 случаях находил ее. Путем деления количества удачных выходов на общее количество выходов можно определить коэффициент вероятности найма на работу, в нашем случае для неквалифицированного работника он составляет 0.7. Коэффициент вероятности найма на работу для квалифицированного работника немного ниже, он составляет 0.6.

Путем умножения годового заработка на коэффициент вероятности найма можно определить реально-вероятную годовую заработную плату работника трудоустраивающегося через рынок труда. Для того чтобы определить полную альтернативную стоимость труда

необходимо из реально-вероятной годовой заработной платы вычесть транспортные расходы между местом проживания и рынком труда, а также потерянные выгоды при уходе из хозяйства. Члены хозяйства пользуются некоторыми льготами (см. Социальный анализ), которые можно привести в денежную форму путем умножения разницы между ценами на предоставляемый объем. Они составляют в среднем 10600 сум в год на колхозника.

Среднегодовая заработная плата в хозяйстве составляет:

- для квалифицированного работника - 23808 сум;
- для неквалифицированного работника - 20244 сум.

Делением годовой альтернативной стоимости труда на годовую оплату труда в хозяйстве можно вычислить специальный коэффициент преобразования финансовой стоимости труда в экономическую как для квалифицированного труда так и для неквалифицированного (приложение 5).

Используя соотношения квалифицированного и неквалифицированного труда в хозяйстве (приложение 6) рассчитать общую экономическую стоимость труда отдельно по культурам.

Экономическая цена хлопка-сырца рассчитана в следующем порядке. Был определен удельный вес видов продукции, получаемой из одной тонны хлопка-сырца (семена - 60%, волокно - 33%, лент - 7%).

Определив существующие мировые цены на составляющие компоненты хлопка-сырца, были рассчитаны их паритетные цены. Соответственно умножив полученные цены на их коэффициент выхода определена экономическая цена 1 тонны хлопка-сырца (21950 сум) без учета издержек на переработку. Вычитая из полученного результата издержки переработки (1317), установлена

экономическая цена 1 тонны хлопка-сырца, которая равна 20633 сум (приложение 4).

В Узбекистане нет платы за воду. Для ее расчета были определены затраты хозяйства и государства на ирригационную систему (приложение 7). Ирригационная система расположенная на территории хозяйства находится на балансе хозяйства и все расходы по ее обслуживанию несет хозяйство. Ирригационная система расположенная за пределами хозяйства находится на балансе государства. Умножив затраты хозяйства (220.8 тыс.сум) по статьям на соответствующие коэффициенты преобразования и разделив на объем орошаемой площади получены экономические затраты хозяйства на воду в расчете на 1 га. Аналогичным способом были определены экономические затраты государства (ирригационная система находящаяся на балансе государства обслуживает 4165 тыс.га орошаемой площади). Сложив полученных два показателя получены экономические затраты на воду в расчете на 1 гектар.

Экономическая ценность затрат на основные средства. При определении экономической ценности стоимости затраченных основных средств за исследуемый год, методика рекомендует определить ее через паритетные цены импорта или экспорта. Однако учитывая что структура основных средств состоит из различных видов наименований (транспортные средства, машины, оборудование, инвентарь, здание, сооружение, многолетние насаждение и др.) определение экономической ценности стоимости затраченных основных средств не может опираться на единственный способ. Следовательно преобразование стоимости затраченных основных средств из финансового в экономическую осуществлено с помощью специального коэффициента преобразования, который рассчитан в следующей последовательности:

- основные средства находящиеся на балансе хозяйства классифицированы в три основные группы (*технические*

средства и оборудования: здания и сооружения; прочие основные средства);

из группы "технические средства и оборудования" отобраны все виды технических средств (17 единиц по 7 наименованиям), которые могут быть реализованы на рынках расположенных во всех крупных городах республики. После установления их технического состояния (срока службы) и расчета остаточной балансовой стоимости (106.8 тыс.сум) определена на основе монографического обследования рыночная цена и сумма всех *технических средств* (2046 тыс.сум). Формирование цен технических средств на рынка происходит на основе спроса и предложения без вмешательства государства, что служит основанием принимать сложившиеся цены рынка за мировые. На основе соотношения суммы финансовой (106.8 т.с.) и экономической (2046 т.с.) стоимости по 17 техническим средствам получен специальный коэффициент преобразования (19.19) для *технических средств и оборудования* (приложение 8).

- рассчитав из отчетности хозяйства сумму остаточной балансовой стоимости основных средств по группам, где стоимость *технических средств и оборудования* составляет 9176 тыс. сум, *здания и сооружения* - 5570 тыс.сум и *прочих основных средств* - 9108 тыс.сум, полученные результаты умножены на соответствующие коэффициенты преобразования.

$$9176.0 \text{ т.с.} \times 19.19 = 176096.3 \text{ т.с.}$$

$$5570.0 \text{ т.с.} \times 1.0^{\circ} = 5570.0 \text{ т.с.}$$

$$9108.0 \text{ т.с.} \times 1.0^{\circ} = 9108.0 \text{ т.с.}$$

- следующим шагом является определение средневзвешанного коэффициента преобразования для основных средств, который получен путем деления экономического значения стоимости затраченных

основных средств (190774.3 т.с.) на финансовое (23854.0 т.с.).

$$\frac{176096.3 \text{ т.с.} + 5570.0 \text{ т.с.} + 9108.0 \text{ т.с.}}{19176.0 \text{ т.с.} + 5570.0 \text{ т.с.} + 9108.0 \text{ т.с.}} = \frac{190774.3 \text{ т.с.}}{23854.0 \text{ т.с.}} = 7.99$$

Экономический анализ, как и финансовый, проведен в разрезе культур. В результате анализа полученные многие экономические показатели имеют значительную вариацию по сравнению с аналогичными показателями финансового анализа. Так, если при финансовом анализе средневзвешенная реализационная цена одной тонны хлопка-сырца в среднем по всем анализируемым хозяйствам составляет 13 тыс.сум, то экономическая цена равна 20.6 тыс.сум. Такая же ситуация характерна и для арахиса, где эти показатели соответственно равны 35 тыс.сумов и 47.3 тыс.сумов, для фруктов - 6.2 тыс. и 10.2 тыс сум. соответственно. В результате, экономическая прибыль, получаемая от производства хлопка, превышает финансовую в 6.1 раза, от производства арахиса - в 11.9 раза, фруктов - в 3.8 раза, овощей - в 5 раз и т.д. Базируясь на результаты проведенного экономического анализа можно утверждать о нецелесообразности производства картофеля и пшеницы в условиях Узбекистана.

На каждый затраченный сум в производстве фруктов получено дополнительно 1.02 сумов прибыли, в производстве хлопка - 0.55 сум.

Если ранжировать полученную экономическую прибыль по видам культур в расчете на единицу обрабатываемой площади, наиболее доходным является производство овощей (20.4 т.с./га), хлопка (18.2 т.с./га), бахчевые (18.1 т.с./га), лук (17.1 т.с./га) и т.д.

Определение экономического значения стоимости общепроизводственных и общехозяйственных расходов

рассчитана аналогично производственному расчету по определению уценности стоимости затраченных основных средств. На основе проведенного расчета установлено, что в структуре общепроизводственных и общехозяйственных расходов (4891.4 тыс.сум) удельный вес зарплаты производящих работников и специалистов составляет 35% (1712.0 тыс.сум), амортизационные отчисления основных средств (износ полевых станков, вспомогательных зданий, технических средств, занятых обслуживанием администрации и т.д.) - 15% (733.7 тыс.сум), и прочие виды расходов - 50% (2445.7 тыс.сум) (Приложение № 9).

В предыдущих расчетах были определены специальные коэффициенты преобразования финансовых значений на экономические по квалифицированному труду (Приложение № 5) и по стоимости затраченных основных средств (Приложение № 8), которые соответственно равны 2.6 и 8.09. Из-за неопределенности структуры раздела прочих затрат и отсутствия статистических данных коэффициент преобразования финансовых значений на экономические принят за единицу.

Умножив стоимости элементов затрат на соответствующие коэффициенты преобразования получаем их экономические значения:

$$\begin{aligned}
 &1712.0 \text{ тыс.сум} \cdot 2.6 = 4444.3 \text{ тыс.сум} \\
 &733.7 \text{ тыс.сум} \cdot 8.0 = 5868.0 \text{ тыс.сум} \\
 &2445.7 \text{ тыс.сум} \cdot 1.0 = 2445.7 \text{ тыс.сум}
 \end{aligned}$$

Далее, в результате деления экономического значения стоимости общехозяйственных и общепроизводственных расходов на финансовое получаем специальный коэффициент преобразования.

$$\begin{array}{r}
 4444.3 \text{ т.с.} + 5868.0 \text{ т.с.} + 2445.7 \text{ т.с.} \\
 \hline
 1712.0 \text{ т.с.} + 733.7 \text{ т.с.} + 2445.7 \text{ т.с.}
 \end{array}
 = \frac{12757.9 \text{ т.с.}}{4891.4 \text{ т.с.}} = 2.6$$

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Из экономического анализа следует, что при условии совершенствования политики ценообразования, сокращение косвенного налогообложения и предоставлении непосредственно производителям право доступа к мировым рынкам, внесет существенные изменения в ассортименте выращиваемых культур, где для производителей более привлекательными культурами окажется производство хлопка.

Постанная отмена государственных заказов и фиксированных закупочных цен на ряд сельскохозяйственной продукции сопровождается проблемами для производителей, связанными с ее реализацией:

- а) отсутствие конкурентных рынков сбыта;
- б) отсутствие свободы выхода на внешний рынок;
- с) слабо развитая рыночная инфраструктура;
- д) государственная монополия заготовительных предприятий и т.д.

Следовательно проводимые реформы должны осуществляться комплексно с охватом как сфер производства, так и сбыта, заготовки и переработки.

Необходимо в законодательном порядке укрепить гарантию арендаторам на право владения землей и распоряжения производимой на этой земле продукцией.

В связи с реализацией программы по реорганизации хозяйств возникает избыточная рабочая сила. В связи с этим необходимо принимать меры по созданию дополнительных рабочих мест в сельских районах. Решения данной проблемы целесообразно осуществлять в следующих направлениях:

- а) развитие перерабатывающих отраслей сельскохозяйственной продукции;

создание более благоприятных условий и стимулирование производства трудоемких сельскохозяйственных культур.

В дальнейшем для обеспечения устойчивого роста продуктивности и эффективного использования земель, необходимо разработать дополнительные мероприятия, которые стимулировали бы долгосрочные капиталовложения.

Приложение 4

Расчет валютных рсв

№	Содержание	Сумма Рубли	Характеристики	Л/с Рубли	А/с Рубли	Итого-убыль Баланс
1	Исходная сумма	Рубли	Зачислен на	1882,20	135000,00	200
2	Фонды	Рубли	на с/с	65,00	65000,00	5
3	Средства (1%)	Рубли	на с/с	18,00	13500,00	2 00
4	Цены на товары	Рубли	на с/с	1729,20	125000,00	183 00
5	Н/с	Рубли	на с/с	34	0,00	34
6	Цены на грузы	Рубли	на с/с	20914,80	5482,00	6002,00
7	Перевозка до границы	Рубли	на с/с	1284,00	620,00	664,00
8	Насчитанный импорт	Рубли	на с/с	2811,00	1502,00	662,00
9	Финансовая помощь (Транзит)	Рубли	на с/с			6002,00
10	Сумма убыль, сальдо	Рубли				578

Дополнительная сумма 1 тонны каменного угля в долл. США

Сумма (рубли)	1 ТОННА УГЛЯ	Средняя цена в долл. США
1882,20	0,6	49
65,00	0,32	203
18,00	0,07	264
1729,20	1	428
34		
20914,80		21858
620,00		1317
1502,00		263
		263

Итого сумма импортных 1 т. каменного угля
 Итого, цена 1 тонны каменного угля в рублях

Итого руб.	14
Итого долл.	5,18
Итого руб.	0,10

№	Содержание	Сумма Рубли	Характеристики	Л/с Рубли	А/с Рубли	Итого-убыль Баланс
1	Исходная сумма	Рубли	Зачислен на	14000,00	32500,00	200
2	Фонды	Рубли	на с/с	500,00	11000,00	49
3	Средства (1%)	Рубли	на с/с	147,00	18300,00	203
4	Цены на товары	Рубли	на с/с	13430,00	123330,00	21
5	Н/с	Рубли	на с/с	0,00	0,00	0
6	Цены на грузы	Рубли	на с/с	8000,00	8444,24	6002,00
7	Перевозка до границы	Рубли	на с/с	500,00	500,00	664,00
8	Насчитанный импорт	Рубли	на с/с	2811,00	1502,00	662,00
9	Финансовая помощь (Транзит)	Рубли	на с/с			6002,00
10	Сумма убыль, сальдо	Рубли				578

Приложение 5

Расчет альтернативной стоимости труда

	Пеквал. работника	Квал.эф. работника
Среднегодовая оплата труда в хозяйстве	20244	24808
Годовая оплата ежедневно нанимаемого труда на черном рынке труда	75000	150000
Коэффициент частоты найма на работу	0.7	0.6
Средневзвешенная годовая оплата ежедневно нанимаемого труда на черном рынке труда	52500	90000
Транспортные расходы от места проживания до черного рынка труда	15000	15000
Итого	37500	75000
Теряемые косвенные выгоды при уходе из хозяйства	10600	10600
Альтернативная стоимость труда	26900	64400
Специальный коэффициент преобразования	1.33	2.60

Соотношение квалифицированного и неквалифицированного труда

№ п/п	Культура	квалифицированный			% квал. труда	неквалифицированный			% неквал. труда
		чел/день	сум на 1 чел/день	Всего тыс. сум		чел/день	сум на 1 чел/день	Всего тыс. сум	
1	Хлопок	6379	181	1154.561	12%	85154	97	8228.559	88%
2	Пшеница оз.	520	117	60.927	26%	1675	105	175.227	74%
3	Кук. на силос	10035	72	726.513	42%	9383	108	1015.071	58%
4	Рис	540	122	65.789	8%	8449	96	808.656	92%
5	Лук	33	314	10.371	5%	2102	87	183.891	95%
6	Люцерна пр. лет	1785	103	183.664	39%	2497	113	281.858	61%
7	Арахис	49	103	5.028	3%	1576	88	139.152	97%
8	Сады	156	114	17.737	9%	1916	94	179.422	91%
	ИТОГО	13118	82	1070	28%	27600	101	2783.277	72%

Расчет затрат на содержание ирригационной системы

	Затраты хозяйства			Государственные затраты			Всего затрат на 1 га орошаем. площади (сум)
	Финанс. всего (т.с.)	Эконом. всего (т.с.)	на 1 га орошаем. пл. цели (сум)	Финанс. всего (т.с.)	Эконом. всего (т.с.)	на 1 га орошаем. площади (сум)	
Обслуживание	167.8	424.506	238.6	274057	684008	164.2	402.8
- годовой износ техники	18.1	144.8	81.4	34569.5	276472.4	66.4	147.7
- ГСМ	65.8	62.0	34.8	109539.5	103131.3	24.8	59.6
- оплата труда	83.9	217.8	122.4	129948	304404.1	73.1	195.5
Годовой износ сооружений	53.0	53.0	29.8	199597.3	199597	47.9	77.7
ИТОГО	220.8	477.5	268.4	473654.3	883605	212.2	480.6
Площадь (га)	1779.0			4165000.0			

	A	B	C	D	E	F
1	Приложение 8					
2	Расчет коэффициента преобразования по техническим средствам					
3	Вид технических средств	Средний срок эксплуатации (годы)	Количество (шт.)	Остаточная балансовая стоимость, всего (сум)	Рыночная цена единицы (сум)	Рыночная цена всего (сум)
4	ГАЗ - 51	10	1	4643	100000	100000
5	ГАЗ - 52	10.8	5	18749	130000	650000
6	ГАЗ - 53	10.7	3	9538	140000	420000
7	Автобус КАВЗ	10	2	6931	120000	240000
8	УАЗ - 469	10.3	3	7767	160000	480000
9	Москвич - 412	8	3	59041	53000	159000
10	Итого			106769		2049000

Специальный коэффициент преобразования (F10/D10)	19.19
--	--------------

Расчет средневзвешанного коэффициента преобразования по основным средствам

	Финансовая стоимость тыс. сум	%	CCF	Экономическая стоимость тыс сум
Всего основных средств	23854.0	100%	8.0	190774.3
- стоимость технических средств и оборудования	9176.0	38%	19.2	176096.3
- стоимость зданий и сооруж.	5570.0	23%	1.0*	5570.0
- стоимость прочих основных средств	9108.0	38%	1.0*	9108.0

* из-за отсутствия детальной информации по зданиям и сооружениям в отчет хозяйства и невозможности установления их путем экспертной оценки коэффициент преобразования принят за единицу

Приложение 9

Расчет коэффициента преобразования для общехозяйственных и общепроизводственных затрат

	Структура	Финансовая стоимость, тыс. сум	Коэффициент преобразования	Экономическая стоимость
Оплата труда (квалиф.)	35%	1546.5	2.6	4014.5
Амортизация ОС	15%	662.8	8.0	5300.6
Прочие	50%	2209.2	1.0	2209.2
Всего общехозяйственных и общепроизводственных расходов	100%	4418.5	2.6	11524.3

Г Л А В А 9

КОММЕРЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: СИТУАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ЗАДАЧИ ПО СЕЛЬСКОМУ ХОЗЯЙСТВУ

Маркетинг как порождение рыночной экономики является в определенном смысле философией производства, полностью подчиненной условиям и требованиям рынка, находящегося в постоянном развитии под воздействием широкого спектра экономических, политических, научно-технических и социальных факторов. При рассмотрении маркетинга коммерческого анализа конкретного инвестиционного проекта эксперты уделяют большое внимание программе маркетинга, его целям, изученности рынка и его сегментов. Маркетинговая политика даст возможность систематически корректировать свои научно-технические, производственные, сбытовые планы, маневрировать материальными и интеллектуальными ресурсами для обеспечения гибкости в решении стратегических и тактических задач, исходя из результатов маркетинговых исследований в коммерческом анализе.

Единая программа коммерческого анализа представляет собой взаимосвязанную систему программ маркетинга по отдельным рынкам и по группам производителей продукции, которая служит основой для разработки всего инвестиционного проекта.

В этих условиях маркетинг становится прочным фундаментом для долгосрочного и оперативного планирования коммерческой деятельности, составления экспортных и импортных программ реализации продукции производства, организации научно-технической и производственной работы коллектива разработчиков проекта.

При рассмотрении в коммерческом аспекте факторов маркетинга в агропромышленном проекте должны рассматриваться нижеследующие вопросы [2].

ФАКТОР МАРКЕТИНГА: ХАРАКТЕРНЫЕ ПУНКТЫ ПРОЕКТНОГО АНАЛИЗА

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

1. Кто является потенциальными потребителями?

- социально-экономические, культурные, демографические характеристики?
- сегменты рынка?
- возможные формы переработанной продукции?
- варианты расположения продуктов?

2. Почему потребители будут покупать товар?

- физиологические, социологические, психологические потребности?
- выраженные причины приобретения: средства к существованию, влияние на органы чувств?
- относительная важность потребностей и причин?
- последствия для плана маркетинга?

3. Как потребители будут приобретать продукт?

- кто принимает решение о покупке?
- запланированная или непредвиденная покупка?
- где и когда совершается покупка?
- количество?
- стоимость покупки?
- кредит или за наличность?
- последствия для плана маркетинга?

4. Какая рыночная информация и методы сбора данных потребуются?

- Потребности в данных?
- Источники данных?
- Методы сбора данных?
- Надежность?
- Затраты?
- Стоимость дополнительной информации?
- Способность предприятий собирать данные?

АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ

1. Какова структура рынка для данной продукции?

- Имеющиеся конкуренты?
- Возможности проникновения на рынок новых конкурентов?
- Число конкурентов?
- Расположение относительно рынков сбыта и сырья?
- Объем реализации, активов, доли рынка?
- Изменения в долях на рынке?
- Сильны ли барьеры, ограничивающие проникновение в отрасль?
- Значение экономии масштаба, абсолютных преимуществ в затратах, система вертикального контроля, и затраты на переключение на другое производство?

2. Какова основа конкуренции в отрасли?

- Природа преимуществ в затратах?
- Возможности контроля за затратами?
- Прирост эффективности от перераспределения видов деятельности и ресурсов?
- Возможности преимущества в затратах в операциях по поставке?
- Экономия масштаба и использование мощностей?
- Влияние местоположения на затраты?
- Последствия преимуществ по затратам при ценообразовании в условиях конкуренции?

- Природа дифференциации?
- Дифференциация посредством сырья или компонентов производства?
- Инновации в дизайне продукта, перерабатывающей технологии, упаковке?
- Влияние цикла жизни продукта на преимущества в затратах и дифференциацию?
- Восприятие стоимости покупателями?
- Затраты на достижение дифференциации?

3. Как государственная политика и мероприятия воздействуют на условия конкуренции?

- Последствия от введения налогов (пошлин) и квот?
- Последствия заниженных обменных курсов?
- Последствия введения субсидий для потребителей, производителей, экспортеров?
- Роль государственных предприятий?
- Последствия регулирующих мероприятий: стандартов безопасности продовольствия? ограничений мощности? лицензирования? патентов? антitrustовского законодательства?

ПЛАН МАРКЕТИНГА

1. Адекватен ли дизайн продукта?

- Характеристики, желаемые покупателями?
- Затраты на улучшение качества?
- Копирование продукции и проверяемый прототип?
- Результаты и изменения в дизайне?
- Проверка рынком конечной продукции?
- Отвечает ли дизайн потребностям покупателей?

2. Была ли принята соответствующая стратегия ценообразования?

- Оправдано ли ценообразование, основанное на затратах?
- Основа для торговой наценки?
- Юридическая или этическая приемлемость демпинговых или предугреждающих действия конкурентов цен?

- Влияние на объем реализации продажи товаров по цене ниже себестоимости с целью привлечь покупателей в магазин?
- Возможность собрать "сливки" с рынка?
- Последствия принятия или отклонения от цен, установленных лидером?
- Фьючерсные рынки или долгосрочные контракты, как рыночные механизмы?
- Наличие и последствия контролируемых или субсидируемых цен?

3. Как вести переговоры о ценах с правительством?

- Экономические аспекты производства товаров, которые контролируются неценовыми факторами?
- Последствия ценовой политики, уровня цен и обменных курсов в соседних странах?

4. Была ли верно разработана стратегия продвижения товаров на рынок?

- Определена аудитория?
- Конкретизирована информация о потребностях покупателей?
- Достаточна ли информация о конкурентах?
- Адекватность мероприятий по контролю за качеством?
- Форма информирования соответствует способности аудитории воспринимать?

ФАКТОР СНАБЖЕНИЯ: ХАРАКТЕРНЫЕ ПУНКТЫ ПРОЕКТНОГО АНАЛИЗА

Проектный аналитик должен рассмотреть следующие вопросы при изучении поставок для агропромышленного проекта.

АДЕКВАТНОЕ КОЛИЧЕСТВО

1. Какова в целом модель производства?
- Уровень производства в прошлом?

- Степень колебаний?
- Причины колебаний?

2. Какова модель использования, обрабатываемых площадей?

- Различия в площади?
- Угодья экономически пригодные для обработки, но не обрабатываемые?
- Новые тенденции в освоении земель?
- Государственная политика, затрагивающая расширение земель?
- Использование ирригации и возможности сбора двойного урожая?
- Степень и роль механизации в хозяйстве?
- Степень и возможности по переключению на другие культуры?
- Последствия перехода на другие культуры с точки зрения питательной ценности?
- Результаты урбанизации, индустриализации, земельной реформы?

3. Какова урожайность культуры (или продуктивность животноводства)?

- Уровень и колебания в урожайности?
- Причины?
- Влияние ирригации на урожайность?
- Степень применения агрохимикатов и улучшенных семян (или улучшенных пород)?
- Барьеры на пути увеличения использования средств производства?
- Недостатки системы распределения?
- Затраты на средства производства?
- Государственная политика, влияющая на затраты?
- Отсутствие знаний?

4. Насколько выгодна данная культура (отрасль животноводства)?

- Прибыльность относительно альтернативных культур (отраслей животноводства)?

- Структура затрат относительно альтернативных культур (или отраслей животноводства)?

- Ожидаемый риск?

5. Каково возможное влияние биотехнологии на предложение?

- Каково положение исследований в биотехнологии, оборудовании, штатах и компаниях?
- Роль биологии растений, клеточной и молекулярной?
- Возможное влияние на урожайность, защита от насекомых, выявление болезней и сопротивляемость?
- Результаты затрат?
- Государственная политика в области биотехнологии?
- На кого технология оказывает воздействие и как?

6. Насколько чувствительно предложение к изменениям в производстве?

- Воздействие на выпуск продукции изменений в посевной площади?
- Стимулы, необходимые для расширения площадей?
- Затраги и вероятность увеличения урожайности?

7. Является ли сырье побочным продуктом другой с./х отрасли?

- Предложение и рыночный спрос на первичную продукцию?
- Доступность поставок импорта?
- Доступность заменителей сырья?

8. Что потребляется в хозяйстве?

- Доля урожая, потребляемая в хозяйстве?
- Влияние увеличенного выпуска или цен на коммерческий сбыт?
- Положительные результаты от возросшей коммерциализации?

9. Как потребляется продукт?

- В свежем виде, переработанном?
- Пропорции и тенденции использования?
- Государственные приоритеты?

10. Каковы промышленные потребители сырья?

- Число конечных видов продукции?
- Относительный спрос и дифференциация цен?

11. Конкурируют ли отрасли агропромышленного комплекса по поводу однотипного сырья?

- Число конкурентов?
- Внутренние или зарубежные?
- Уровень потребностей в сырье?
- Их методы поставок?
- Государственная политика, влияющая на конкуренцию в области поставок?

12. Каковы возможные потери в растениеводстве (животноводстве)?

- От наскожных, болезней, транспортировки, хранения?
- Меры по снижению потерь?
- Адекватность услуг на и за пределами фермы и хранилищ?

ПРИЕМЛЕМОЕ КАЧЕСТВО

1. Каковы требования рынка к качеству?

- Стандарты для различных сегментов?
- Ценовые премии за качество?

2. Каково качество средств производства для поставок в хозяйства?

- Последствия применения агрохимикатов?
- Возможное воздействие биотехнологии?
- Знания фермеров о том, как применять ресурсы?

3. Как погрузка, транспортировка и хранение влияют на качество?

- Достаточно ли подготовлен персонал?
- Наличие и качество транспортных средств?
- Вид и качество хранилищ?
- Ухудшение питательных свойств?

4. Какие существуют государственные стандарты по сортности и доброкачественности?

- Требования к сырью?

- Требования к переработанной продукции?

5. Какие услуги могут усилить контроль за качеством?

- Средства производства, обеспеченные переработчиком?
- Затраты?
- Улучшенный контроль за качеством?
- Экономические выгоды?

6. Какие спецификации качества и методы инспектирования должны быть установлены?

- Стандартизированные спецификации для сырья?
- Информирование фермеров?
- Инспектирование?

7. Как повлияет вертикальная интегрированность на контроль за качеством?

- Дополнительный контроль?
- Затраты относительно выгод?

СООТВЕТСТВУЮЩЕЕ ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ РАБОТ

1. Какова сезонная модель уборки урожая?

- Период уборки урожая (или время забоя скота)?
- Зависимость времени проведения работ от семян (порода скота)?
- Зависимость времени проведения работ от посевной (или кормления)?
- Затраты и выгоды от изменения технологии уборки урожая (забоя скота)?

2. Что требуется для сезонной модели?

- Сушильная установка (или загон)?
- Хранилище, рассчитанное на максимальную загрузку?
- Наличие места в хранилищах, которое можно арендовать?

3. Насколько скоропортящимся является сырье?

- Время уборки урожая (забоя)?
- Период после уборки (или забоя)?

4. Что требуется, чтобы предотвратить порчу сырья?

- Уборочная техника (или для заготовки), средства транспортировки и хранения?
- Привязка во времени?
- Специальное обращение, чтобы препятствовать быстрой порче?

5. Когда и в течение какого периода будет иметься сырье?

- Культура (или порода) новая для данного региона?
- Период агрономического тестирования?
- Период от посевной до уборки (или период выращивания)?
- Финансирование фермера в течение стартового периода?
- Экологическая жизнеспособность сельскохозяйственных технологий?
- Технологии выращивания многолетних культур (или скота)?
- Влияние поставок сырья на стабильность работы предприятия?
- Ожидаемое изменение в землепользовании?
- Воздействие многообразных источников?

ПРИЕМЛЕМЫЕ ЗАТРАТЫ

1. Как предложение и спрос влияют на затраты на сырье?

- Сила спроса конкурирующих потребителей?
- Воздействие проекта на спрос и цены?
- Наличие предложения по различным ценам?

2. Каковы альтернативные затраты фермеров?

- Альтернативное использование земель?
- Относительная прибыльность альтернативного использования земель?

3. Как структурные факторы влияют на затраты?

- Какова торговая наценка посредников?
- Затраты и экономическая оправданность выполнения данных функций самим предприятием?

4. Как услуги по материально-техническому обеспечению влияют на затраты по сырью?

- Существующие транспортные расценки?
- Услуги по хранению и перевозке?

5. Как государственное вмешательство влияет на затраты на сырьё?

- Инфраструктурные инвестиции в дороги, хранилища, оптовые базы?
- Субсидирование средств производства?
- Контроль за импортом-экспортом и обменные курсы?
- Маркетинговая деятельность государственных предприятий?

6. Должны ли использоваться цены при продаже за наличные (с немедленной доставкой)?

- Преобладающие цены при продаже за наличные?
- Колебания в течение года и за год?
- Закупочные цены у конкурентов?
- Возможность различных источников - внутренних и импорта?
- Экономическая целесообразность переориентации на источники сырья, географически расположенные в других местах?
- Относительные уровни цен и их изменения?
- Комбинация, минимизирующая затраты?
- Организационные или технические проблемы?

7. Как государственная ценовая политика влияет на ценообразование?

- Существуют ли цены поддержки?
- Доля культур (поголовья), которые это затрагивает?
- Сопоставимость с ценами при продаже за наличные с немедленной доставкой?
- Воздействие на методы хранения?
- Воздействие на географическую ориентацию на источники сырья?
- Дифференциация качества?
- Доступ к ценам поддержки?

8. Является ли заключение контрактов потенциальным ценовым механизмом?

- Использование производственных контрактов в настоящее время?
- Продолжительность договоров по ценам?
- Ожидаемые уступки по контракту?

9. Экономически оправданы и желательны ли совместные предприятия?

- Фермеры, заинтересованные в инвестициях?
- Влияние на сырьевые затраты?

10. Повлияет ли интеграция с производителями средств производства на снижение сырьевых затрат?

- Экономическая обоснованность интеграции?
- Влияние на затраты?

11. Что выявляет анализ чувствительности затрат на сырье?

- Влияние изменений в сырьевых затратах на прибыли и поступления?
- Вероятность подобных изменений?

ОРГАНИЗАЦИЯ

1. Кто является участником в данной производственной системе?

- Число производителей, транспортировщиков, покупателей?
- Положение государства в структуре?
- Результаты для организации и контроля в системе?
- Процентная доля каждого из участников в растениеводстве (животноводстве)?
- Взаимодействие поставщика с предприятием?

2. Каково местоположение поставщика и структура культур?

- Влияние местоположения поставщика на местоположение завода, контроль за материально-техническим снабжением?

- Выращиваемые в настоящее время культуры (скот)?
- Степень специализации?

3. Каковы формы собственности на землю?

- Собственность на землю: аренда, доля в урожае, самовольный захват?
- Мобильность фермеров?
- Воздействие на отношения завода с поставщиками?

4. Каковы пути, время и доступность получения сырья?

- Каналы?
- Размер поставок?
- Время поставок?
- Доступность для предприятия?

5. Что выявляет анализ властных отношений?

- Кто держит власть в системе?
- Степень власти?
- Основа власти?
- Государственная власть?
- Основа и сильные стороны предполагаемой власти агропромышленного комплекса?

6. Должны ли производители готовой продукции интегрироваться с производителями сырья?

- Дополнительный контроль за качеством, количеством и временем поставок?
- Степень интеграции?

7. Дополнительные требования для инвестиций в основной и оборотный капитал?

- Снижение гибкости в получении источников сырья?
- Влияние на переменные и постоянные затраты и пункт безубыточности?
- Политическая осуществимость?
- Социальная осуществимость?

8. Существуют ли организации производителей?

- Степень организованности?
- Цели и виды деятельности?

- Возможные стимулы для производителей создавать свою организацию?
 - Использование организации, чтобы информировать, контролировать качество, предоставлять услуги?
9. Должны ли фермеры интегрироваться с переработкой (третьей сферой АПК)?
- Финансовые и управленческие ресурсы имеющиеся для переработки, и экономические и социальные выгоды от вертикальной интеграции с третьей сферой АПК?
 - Интеграция через собственность или заключение контрактов?

ФАКТОР ПЕРЕРАБОТКИ: ХАРАКТЕРНЫЕ ПУНКТЫ ПРОЕКТНОГО АНАЛИЗА

При рассмотрении переработки в анализе агропромышленных проектов проектный аналитик должен изучить следующие вопросы.

ВЫБОР ТЕХНОЛОГИИ

1. Соответствует ли перерабатывающая технология требованиям рынка?

- Удовлетворяет ли стандартам качества, предъявляемых сегментами рынка?
- Добавочный доход от улучшения качества в сравнении с дополнительными технологическими инвестициями?
- Технология, приемлемая для местных и экспортных рынков?

2. Какие ограничения накладывают требования переработки?

- Суть требований?
- Число технологических вариантов?
- Требования по масштабу?
- Спрос адекватный масштабу?

3. Какая технология имеет наибольшие преимущества по затратам?

- Соотношение труда и капитала?
- Желательность использования поддерживаемого оборудования?
- Потребности в энергии?
- Источники энергии, базирующиеся на биомассе?
- Экономия сырья?
- Возможность использования различных сырьевых источников?
- Государственная политика, влияющая на затраты на труд, капитал, сырье и энергию?

4. Как технология влияет на использование проектной мощности?

- Корректировки для диверсификации перерабатываемой продукции и удлинения цикла?
- Затраты и выгоды от корректировок?

5. Насколько технология соответствует техническим и организационным возможностям фирмы?

- Достаточно ли квалификация контролеров?
- Достаточно ли квалификация технических специалистов?
- Преобразовать технологию, чтобы снизить требования к квалификации?

6. Каково влияние технологии на питательную ценность?

- Воздействие на количество и качество питательных веществ?
- Методы минимизации потерь питательных веществ?
- Возможности увеличения питательной ценности и дифференциации продукта через изменение технологии?

МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Удобно ли данное местоположение с точки зрения сырья, рынков сбыта и транспорта?

- Степень сохраняемости сырья?

• Добавленный или уменьшенный вес в результате переработки?

• Затраты и качество транспортных услуг?

• Несколько предприятий или одно?

• Должно ли предприятие предоставлять свой транспорт?

2. Достаточно ли предложение трудовых ресурсов?

• Достаточно ли предложение неквалифицированного, квалифицированного управленческого труда?

• Требуются ли специальные стимулы для персонала?

3. Приемлема ли инфраструктура в месте положения предприятия?

• Энерго- и водоснабжение, их экологические последствия, надежность и затраты?

• Противопожарные средства?

• Транспорт?

• Социальная инфраструктура?

4. Каковы будут затраты предприятия на приобретение земли?

• Сравнительные цены на квадратный метр?

• Соответствие будущим потребностям?

• Тенденции урбанизации?

5. Каковы возможные последствия для развития региона?

• По занятости и распределению доходов?

• На развитие региона?

• Финансовые стимулы для предприятия помочь развитию?

УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ

1. Каковы наилучшие хранилища для сырья и конечной продукции?

• Подверженность порче продукции?

• Влияние переработки на хранимость?

• Сырье или полуфабрикаты для сокращения хранилищ, необходимых для конечной продукции?

- Хранилище для ресурсов для переработки и запчастей?
- 2. Достаточно ли мощностей?
- Затраты и выгоды от уменьшения ухудшения качества запасов?
- Местоположение относительно производителей и оптовиков?
- 3. Достаточно ли проанализированы потребности в оборотном капитале и риск, связанный с ценами на запасы?
- Потребности в оборотном капитале в пиковые периоды?
- Возможность страховать от ценовых рисков посредством фьючерсных рынков?
- Закупки на постоянной основе и для наличия запасов?
- Предварительное заключение контрактов?

УПАКОВКА И ДРУГИЕ РЕСУРСЫ

1. Какие функции выполняет упаковка?
 - Защита качества?
 - Удобство для пользователя?
 - Передача образа?
 - Передача информации?
 - Экономия затрат на переработку или распределение?
 - Дифференциация продукции?
2. Какая упаковка будет использоваться?
 - Требования потребителей и оптовой торговли?
 - Неудовлетворенные потребности?
 - Требования, вызванные характеристиками продукции?
 - Требования к транспортировке, хранению и обработке?
 - Государственные директивы?
 - Дополнения к технологиям?
 - Стимулы для качества?
 - Затраты на материалы, эксплуатационные инвестиционные затраты?
 - Экологические соображения?

- 3. Откуда предприятие будет получать дополнительные ресурсы (упаковку, ингредиенты)?
- Из местных источников или из-за рубежа?
- Потребности в валюте в случае закупок за рубежом?
- Горизонтальная интеграция?

ПЛАНИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ

1. Есть ли ясный и систематичный план реализации?
 - Разработаны ли инвестиционные и производственные мероприятия?
 - Проводится тестирование технологий и операционных процессов?
 - Используются ли программные средства, такие как Gantt Chart, ERP или PERT?
 - Разработаны ли мероприятия по поддержанию эффективного функционирования программы?
2. Разработана ли инженерная схема проекта?
 - Разработана ли функциональная генеральная схема?
 - Разработаны ли схемы потоков материалов?
 - Разработаны ли конкретизированные схемы по производственным линиям?
 - Разработаны ли схемы по транспорту, коммунальному хозяйству, коммуникациям?
3. Есть ли график поставок и переработки?
 - Рассматривался ли сезонный характер поставок сырья?
 - Возможность работы в несколько смен?
 - Альтернативное использование производственных мощностей?
4. Есть ли систематичные меры по контролю за качеством сырья, полуфабрикатов и конечной продукции?
 - Система инспектирования сырья?
 - Контроль за уровнем содержания веществ, надежности температуры и химическим составом?

- Проводится ли выборочная проверка? Есть ли лаборатории для тестирования?
- Проверка питательной ценности?
- Выполняются ли требования рынка к экспортируемой продукции?
- Предусмотрены ли корректирующие мероприятия?

5. Были ли запланированы соответствующие меры по охране окружающей среды?

- Какова угроза для работников от вредных веществ, материалов, процессов?
- Загрязнение воздуха, земли или воды?
- Разработаны ли мероприятия по максимизации повторного использования ресурсов и минимизации выбросов?
- Биологические средства, способствующие повторному использованию ресурсов?
- Переработка отходов?
- Соответствие государственным директивам?

ПОБОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

1. Как побочная продукция влияет на поступления?

- Реализация побочной продукции?
- Непроданная побочная продукция, имеющая экономическую и питательную ценность?
- Уровень и вариации цен на побочную продукцию?
- Какие-либо продажи побочной продукции, компенсирующие сезонную цикличность колебаний цен на основную продукцию?

2. Может ли побочная продукция использоваться как источник энергии для перерабатывающих предприятий?

- Дополнительные инвестиции, требуемые для преобразования побочной продукции в источники энергии?

- Как может эта энергия использоваться для удовлетворения потребностей агропромышленного комплекса в топливе?
- Как энергия от побочной продукции может реализовываться помимо АПК?

ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ НАЧИНАЮЩИХ БИЗНЕСМЕНОВ [7]

1. Торговля в заработке. Быстро обогатиться можно только несчастным путем. Обычная норма прибыли - 11%.
2. Не разрабатываются детальные планы будущей работы.
3. Начиная внешнеэкономическую деятельность, не привлекают экспертов.
4. Не обладают должным упорством, быстро падают духом.
5. Забывают о том, что нужна солидная финансовая база.
6. Передоверяют подбор агентов третьестепенным лицам, а именно агенты должны быть самыми преданными людьми. Директор должен лично подбирать своих агентов.
7. Торговать сразу по всему миру убыточно. Правильнее начать с одной-двух стран, не имеющих аналогичного национального производства, завоевать там доверие и только потом расширить географию продажи.
8. Документация должна быть на языке потребителя.

Менеджер

Для организации работ фирмы имеют менеджеров. Характеристики менеджеров высокой квалификации:

1. Присуща ярко выраженная склонность к стратегическому планированию.
2. Умение принимать правильные и своевременные решения о распределении ресурсов.
3. Освоив какую-то работу, не останавливаются на достигнутом, а расширяют масштабы своей деятельности.

4. Обладают качеством принимать нестандартные решения (иногда рискованные из-за недостатка информации).
5. Требуют предоставления большего объема прав и не боятся ответственности.
6. Легко и быстро учатся в общении с высшим уровнем.
7. Обладают хорошо развитой интуицией, с другой стороны, способны абстрактно анализировать ситуацию.
8. Обладают способностью критически оценивать свои действия.
9. В работе концентрируют внимание на решении задачи, а не на наказании виновных.
10. Предпочитают подчиненных, которые не боятся риска, и делегируют им часть своих обязанностей, освобождая себя.
11. Как правило, собственники (приверженцы) своих идей не удовлетворены, если их идеи не находят поддержки или применения.
12. Постоянное самосовершенствование. Менеджер должен прочитывать минимум 10-12 книг в год по своей специальности и по смежным с ней областям.

Требования к молодым менеджерам

1. Широкая профессиональная подготовка, выходящая за пределы узкой специальности.
2. Понимание важности своего подразделения и значения других подразделений.
3. Оптимизм и способность вселять его в подчиненных.
4. Решительность, умение побуждать своим примером.
5. Способность проводить в жизнь принятые решения.
6. Общительность.
7. Умение быть примером для подчиненных.
8. Преданность организации, ее целям.
9. Способность к перестройке своей работы.
10. Умение убеждать людей и воздействовать на методом аргументации.

11. Взаимоотношения с оценкой, избегание крайностей.
12. Выносливость к нагрузкам.
13. Готовность к совместной работе с другими специалистами.

Можете ли вы стать предпринимателем?

Экономика страны на нерыночном пути, медленно и не всегда последовательно происходит переход к рынку. Свободное предпринимательство призвано разрешить многие, если не все текущие экономические трудности, насытить прилавки наших магазинов, устранить дефицит. Много будет зависеть от энергичных и предприимчивых людей, способных начать новое дело буквально на пустом месте, сделать из ничего процветающий бизнес. Опыт стран с рыночной экономикой, однако, свидетельствует, что не более 5% активного населения способно стать хозяевами предпринимателями, основать процветающие и быстрорастущие фирмы.

Далеко не всякий человек, обладающий хорошими деловыми качествами, может стать преуспевающим предпринимателем. По целому ряду признаков они отличаются от равных им по рангу или по масштабу хозяйственной деятельности корпоративных чиновников.

Известный американский предприниматель и специалист по управлению М.Стори предлагает тем, кто хочет проверить свои предпринимательские способности, взять лист бумаги и ответить на следующие вопросы. И постараться быть как можно точнее и правдивее.

1. Какие функции (не должности, а именно функции, обязанности) Вы выполняли за последние 5, 10, 20 лет? Имеют ли они отношение к Вашему собственному бизнесу?

2. Достаточно ли Вы активны, деятельны и инициативны? Или больше принадлежите к числу администраторов, вечно ожидающих распоряжений свыше?

3. Способны ли Вы совладать, справиться с внезапной напастью или несчастьем? Способны ли проиграть, потерять и все-таки начать с начала?

4. Каково Ваше хобби, каковы страсти? Можно ли их приложить к Вашему бизнесу?

5. Прямолинейны ли, откровенны ли Вы?

6. Достаточно ли Вы агрессивны?

7. Можете ли Вы быть гибкими, случись Вам встретить непреодолимые обстоятельства? Быстро ли Вы пасуете перед силой?

8. Обладаете ли Вы аналитическим складом ума? Способны ли добраться до корней, до самой сути проблемы, а затем решить ее?

9. Торговец ли Вы по натуре? Способны ли Вы торговать? Продавали ли Вы в действительности когда-нибудь что-нибудь? Желаете ли Вы пойти от одной двери к другой, чтобы попробовать?

10. Готовы ли Вы пожертвовать чем-либо лично, пойти на личные жертвы ради Вашей новой фирмы? (Почти с определенностью можно сказать, что наступит неделя, когда у Вас не будет чем платить заработную плату. И это не самое худшее, что может случиться. Просто это означает, что Вам, быть может, придется скрежетать зубами, снимая последнюю тысячу долларов с Вашего и без того уже оскудевшего текущего счета, чтобы быть в состоянии вновь открыть двери Вашего предприятия в понедельник).

11. Творческий ли Вы человек? Есть ли у Вас воображение, способны ли Вы на выдумку? Можете ли Вы распознать "нишу" рынка?

12. В состоянии ли Вы использовать то, что имеется под рукой? (Вам лучше научиться этому. Вы сможете тогда больше узнать о Вашем собственном бизнесе, о его дополнительных возможностях. Но сможете ли Вы переступить собственные "я" и свой образ мышления, если всегда имеется кто-то еще, кто сделает это за Вас?).

13. Как Вы справляетесь с неудачей? Не с какой-то задержкой, а с настоящим провалом? Сможете ли Вы перевернуть эту неудачу в свой грядущий рыночный успех?

14. Наконец, умете ли Вы быть настойчивым? Возвращаетесь ли Вы назад опять и опять, чтобы добиться своего?

Если Вы смогли положительно ответить на все эти вопросы, то можете быть уверены в том, что необходимый предпринимательский минимум у Вас есть. Если какие-то качества преуспевающего предпринимателя Вы у себя не обнаружили, не огорчайтесь. Еще не все потеряно. Всегда есть возможность восхитить их у себя, заставить себя полюбить то, что пока Вам не нравится, научиться тому, к чему Вы не имеете склонности. Главное, помните: предприниматель обязан быть оптимистом по натуре, всегда верить в конечный успех своего бизнеса.

ДЕСЯТЬ ЗАПОВЕДЕЙ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА"

Из истории "морального бизнеса" [7]

Бизнес по определению должен приносить выгоду, и, следовательно, он должен базироваться на вечных, непреходящих ценностях, приверженность которым будет гарантировать эту выгоду.

Ниже приводятся "десять заповедей для бизнеса", адресованные в первую очередь людям, занимающим в бизнесе руководящие посты, но применим как для отдельного человека, так и для корпоративных институтов.

Заповедь первая

ОТНОСИСЬ С УВАЖЕНИЕМ К ВЛАСТИ, ибо во всем должен быть порядок. Власть - необходимое условие порядка в обществе.

Любой человек должен уважать органы власти. Законы всех стран не могут базироваться на тех же

представлениях о свободе и правах человека, которые зложены в Конституции США. Но бизнесмен, имея в этих странах деловые контакты, обязан уважать законы других стран и подчиниться им. Должное уважение к власти - важный элемент в структуре успешного предпринимательства.

Проявлять уважение нужно на всех уровнях общения. Относиться с уважением только к своему начальнику или к равным по положению людям недостаточно, то же вправе требовать и подчиненные.

Каждому служащему компании следует подчиняться ее моральному кодексу и руководствоваться им в своих действиях.

Заповедь вторая

БУДЬ ЦЕЛЕУСТРЕМЛЕННЫМ, ибо для достижения поставленной цели надо сосредоточить на этом все свои усилия. Цель должна быть точно определена, поскольку "служение двум господам" не может привести ни к чему хорошему.

Чтобы быть целеустремленным, бизнесмен должен уметь рационально использовать время, средства, талант.

Честность бизнесмена - это целостность характера и чистота поставленной цели. Личные дела и моральные ценности бизнесмена не должны противоречить целям и ценностям той компании, которой он служит. Такое понимание честности в бизнесе поможет не скомпрометировать ни компанию, ни его самого. Плохая репутация бизнесмена или компании снижает эффективность деятельности и соответственно возможную прибыль.

Цели, которые ставит перед собой компания, в свою очередь, не должны противоречить личным целям и моральным ценностям ее работников. Эти цели призваны удовлетворять обе стороны.

Целям и интересам компании должна быть полностью подчинена ее организационная структура.

Для каждого служащего должна быть определена сфера его деятельности и отражены ее предположительные результаты, за которые он несет ответственность.

Служащий ответствен за гармоничное сочетание задач, которые ставит перед ним компания (график работы, деловые поездки), с интересами своей семьи.

Разные нации имеют различные нравы и обычаи в бизнесе. В одной стране взятка будет рассматриваться как подарок, в другой - считаться взяткой. Но в любой стране обман - это обман. Поэтому не следует допускать двусмысленных ситуаций, ведущих к осложнениям.

Каждый имеет право заниматься политикой. Но при одном условии: чтобы такие занятия не шли в ущерб компании.

Компания может делать денежные отчисления на политические цели и в социальную сферу, но в рамках закона.

Заповедь третья

НЕ РАЗДЕЛЯЙ СЛОВО И ДЕЛО, ибо эффективность делового общения определяется прежде всего тем, что Вас правильно поняли, верно истолковали Ваши слова и они вызвали адекватную реакцию.

Деловой человек считается деловым, если умеет держать слово, то есть выполнять свои обещания и поручительства. Верность слову включает в себя и выполнение элементарных устных обязательств (прийти куда-то вовремя), и сложные, зафиксированные в контрактах договоренности.

При деловом общении нельзя произвольно пользоваться значением слов. На переговорах предпочтительно обходиться словами с четко определенным смыслом, не имеющими разночтений.

представлениях о свободе и правах человека, которые заложены в Конституции США. Но бизнесмен, имея в этих странах деловые контакты, обязан уважать законы других стран и подчиняться им. Должное уважение к власти — важный элемент в структуре успешного предпринимательства.

Проявлять уважение нужно на всех уровнях общения. Относиться с уважением только к своему начальнику или к равным по положению людям недостаточно, то же вправе требовать и подчиненные.

Каждому служащему компании следует подчиняться ее моральному кодексу и руководствоваться им в своих действиях.

Заповедь вторая

БУДЬ ЦЕЛЕУСТРЕМЛЕННЫМ, ибо для достижения поставленной цели надо сосредоточить на этом все свои усилия. Цель должна быть точно определена, поскольку "служение двум господам" не может привести ни к чему хорошему.

тобы быть целеустремленным, бизнесмен должен уметь рационально использовать время, средства, талант.

Честность бизнесмена — это целостность характера и чистота поставленной цели. Личные дела и моральные ценности бизнесмена не должны противоречить целям и ценностям той компании, которой он служит. Такое понимание честности в бизнесе поможет не скомпрометировать ни компанию, ни его самого. Плохая репутация бизнесмена или компании снижает эффективность деятельности и соответственно возможную прибыль.

Цели, которые ставит перед собой компания, в свою очередь, не должны противоречить личным целям и моральным ценностям ее работников. Эти цели призваны удовлетворять обе стороны.

Целям и интересам компании должна быть полностью подчинена ее организационная структура.

Для каждого служащего должна быть определена сфера его деятельности и отражены ее предположительные результаты, за которые он несет ответственность.

Служащий ответствен за гармоничное сочетание задач, которые ставит перед ним компания (график работы, деловые поездки), с интересами своей семьи.

Разные нации имеют различные нравы и обычаи в бизнесе. В одной стране взятка будет рассматриваться как подарок, в другой - считаться взяткой. Но в любой стране обман - это обман. Поэтому не следует допускать двусмысленных ситуаций, ведущих к осложнениям.

Каждый имеет право заниматься политикой. Но при одном условии: чтобы такие занятия не шли в ущерб компании.

Компания может делать денежные отчисления на политические цели и в социальную сферу, но в рамках закона.

Заповедь третья

НЕ РАЗДЕЛЯЙ СЛОВО И ДЕЛО, ибо эффективность делового общения определяется прежде всего тем, что Вас правильно поняли, верно истолковали Ваши слова и они вызвали адекватную реакцию.

Целовой человек считается деловым, если умеет держать слово, то есть выполнять свои обещания и поручительства. Верность слову включает в себя и выполнение элементарных устных обязательств (прийти куда-то вовремя), и сложные, зафиксированные в контрактах договоренности.

При деловом общении нельзя произвольно пользоваться значением слов. На переговорах предпочтительно обходиться словами с четко определенным смыслом, не имеющими разночтений.

Речь делового человека не должна быть непонятна и тем более - груба. Вульгарный язык вызывает у собеседника негативную реакцию, а также настороженное отношение к говорящему и, следовательно, к компании, которую тот представляет.

Маркетинг и реклама должны точно отражать реальную ценность и природу продукции или оказываемых услуг.

Переговоры и общение должны приносить пользу обеим договаривающимся сторонам.

Цену следует назначать в зависимости от качества продукции или оказываемых услуг. Она должна также отражать реальную меру затраченного труда.

Продавцы, покупатели, служащие - это члены команды, которые честно оценивают продукцию и встречаются в этом взаимопонимании.

Ведение дел отражает лицо компании. Записи должны вестись систематически и аккуратно.

Если после продажи возникают какие-либо проблемы, служащие должны быть готовы быстро их разрешить.

Заповедь четвертая

УДЕЛЯЙ ВРЕМЯ ОТДЫХУ И РАЗМЫШЛЕНИЯМ О СВОЕЙ ЖИЗНИ, ибо отдых - необходимое условие для творческой и эффективной работы. Отдых и восстановление сил защищают мозг от эмоциональной и умственной перегрузки.

Прибыль, получаемая компанией, зависит не только от эффективного и творческого труда ее работников, но и от состояния их здоровья. Нормальный отдых и восстановление сил работников гарантируют компании высокий доход.

Компания регулярно должна рассматривать потребности своих служащих, объективно оценивая их рабочую нагрузку. Выходные дни, перерывы, отпуска

должны быть спланированы с учетом требования личности и эффективности работы компании. Только это обеспечит и продуктивность, и безопасность.

Ответственность служащих включает в себя продуманность их действий в процессе работы. Время работы должно включать в себя время на планирование предстоящих дел, на реализацию индивидуальной активности и на размышления.

Заповедь пятая

ОКАЗЫВАЙ УВАЖЕНИЕ СТАРШИМ, ибо будущее и настоящее базируется на прошлом, во всех областях человеческой жизни существует преемственность.

Огромную роль в жизни каждого человека играют его родители, учителя и наставники. Их опыт и мудрость помогают нам избегать многих ошибок и лучше ориентироваться в жизни.

Уроки прошлого помогают нам в нашем настоящем. Поэтому необходимо прислушиваться к советам опытных людей, относиться с уважением к культуре и традициям своей страны и всех других стран.

Люди, обладающие деловым опытом, должны выступать в роли наставников молодых, демонстрируя свои знания и навыки в процессе работы.

Возраст не является определяющим, и потому недопустима дискриминация, основанная на возрасте.

Заповедь шестая

УВАЖАЙ ЧЕЛОВЕЧЕСКУЮ ЖИЗНЬ, ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ ДОСТОИНСТВО И ПРАВА ЧЕЛОВЕКА, ибо осознание ценности человеческой жизни, человеческой личности играет исключительно важную роль во всех сферах отношений между людьми - во

джи, но и помощь другим людям в том, чтобы избежать обмана.

Честность и правдивость - это основные блоки в здании эффективного управления, высокой прибыли и гармоничных межличностных отношений.

Отклоняй бесчестные предложения. Бережно относись к доброму имени компании и своему собственному. Поступай правильно - и хорошая репутация обеспечена.

Заповедь десятая

УВАЖАЙ ПРАВО ЧАСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, ибо система свободного предпринимательства приносит выгоду только тому, кто отдает ей все свои силы. Только дисциплинированный, трудолюбивый, творческий и предусмотрительный человек может получить от работы и удовлетворение, и материальную выгоду.

Уважение, престиж, благополучие - это результаты работы. Но это не цель. Цель - это максимальное использование своих сил и способностей. Зарботная плата и иные вознаграждения - это компенсация затраченных усилий.

Компании выгодно стимулировать новаторство и инициативу. Таким образом, можно сделать вывод, что прединвестиционная фаза закладывает основы для последующих фаз инвестиционного цикла проекта. Поэтому не нужно экономить на добром и расточительном по времени процессе подготовки проекта и стараться сократить стадию анализа подготовки проекта для скорейшей заявки на получение ссуды.

ГЛАВА 10

ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В настоящее время в мировой экономике резко увеличивается объем международных инвестиций. Это привело к необходимости выработки международных положений и правил инвестиционных процессов.

В развитии инвестиционного процесса важное значение имеет обеспечение правовых условий для привлечения иностранного капитала в экономику страны. Создание таких условий возникает не только из-за необходимости привлечения иностранных инвестиций, но и проведения политики протекционизма развивающемуся предпринимательству. Основным регулятором инвестиционной деятельности является Законодательство, которое отражает инвестиционную политику, проводимую в стране.

Правовую основу в регулировании иностранных инвестиций составляют законодательные акты. Из всей системы законодательных актов, так или иначе затрагивающих вопросы регулирования инвестиционной деятельности, можно выделить основные и общие.

К основному законодательному акту Республики Узбекистан можно отнести Закон "Об иностранных инвестициях и гарантиях деятельности иностранных инвесторов". В нем отмечается, что государственное

регулирование инвестиционной деятельности обеспечивается государственными органами Республики Узбекистан разных уровней в пределах их компетенции и осуществляется в соответствии с государственными инвестиционными программами; прямым управлением государственными инвестициями, введением системы налогов с дифференцированием налоговых ставок и льгот; предоставлением финансовой помощи в виде дотаций, субсидий, бюджетных ссуд, условиями пользования землей и другими природными ресурсами, контролем за соблюдением государственных норм и стандартов, экспертизой инвестиционных проектов. Также в нем отводится место экспертизе проектов с экологической, санитарно-эпидемиологической и других точек зрения.

ЗАКОН ОБ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЯХ И ГАРАНТИЯХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТОРОВ

Настоящий Закон определяет правовые, организационно-экономические основы и порядок осуществления иностранных инвестиций на территории Республики Узбекистан. Закон обеспечивает гарантии эффективной деятельности иностранных инвесторов, направлен на привлечение и рациональное использование иностранных финансовых, материальных, интеллектуальных и других ресурсов, современной зарубежной технологии и управленческого опыта с целью содействия развитию экономики Республики Узбекистан, ее интеграцию в мировую экономическую систему.

Статья 1. Иностранные инвесторы.

Иностранными инвесторами в Республике Узбекистан могут быть:

- иностранные государства;
- иностранные юридические лица;

международные организации;
иностранцы граждане, объединения граждан и лица
без гражданства;
граждане Республики Узбекистан, постоянно
проживающие за границей.

Статья 2. Иностранные инвестиции.

Иностранными инвестициями являются все виды
имущественных ценностей и прав на них, а также прав на
интеллектуальную собственность, вкладываемых
иностранцами инвесторами в объекты
предпринимательской и других видов деятельности в целях
получения прибыли (дохода).

Никакое изменение формы, в которой первоначально
или повторно осуществляется вложение ценностей, не
приводит к изменению их квалификации в качестве
инвестиции.

Статья 3. Формы осуществления иностранных инвестиций.

Иностранцы инвесторы могут осуществлять
инвестиции на территории Республики Узбекистан путем:

долевого участия в хозяйственных обществах и
товариществах, банках, страховых организациях и других
предприятиях, созданных совместно с юридическими и
физическими лицами Республики Узбекистан;

создания хозяйственных обществ и товариществ,
банков, страховых организаций и других предприятий,
полностью принадлежащих инвесторам;

приобретения имущества, акций и других ценных
бумаг;

приобретения самостоятельно или с участием
юридических и физических лиц имущественных прав,
включая права собственности на объекты торговли и сферы
обслуживания, а также жилые помещения вместе с
земельными участками, на которых они размещены,

владения и пользования землей (в том числе на основе аренды) и природными ресурсами.

Статья 4. Предприятия с иностранными инвестициями.

Под предприятиями с иностранными инвестициями на территории Республики Узбекистан понимаются предприятия, в которых иностранные инвестиции составляют не менее 10 процентов акций (долей, паев) или установленного фонда. Они действуют в любых организационно-правовых формах, не противоречащих законодательству Республики Узбекистан.

Предприятие с иностранными инвестициями может быть создано либо путем его учреждения, либо в результате приобретения иностранным инвестором доли участия (пая, акции) в ранее учрежденном предприятии без иностранных инвестиций или приобретения такого предприятия полностью, в том числе в ходе процесса приватизации.

Предприятие с иностранными инвестициями подлежит регистрации в Министерстве юстиции Республики Узбекистан и приобретает права юридического лица с момента регистрации.

Статья 5. Филиалы и представительства предприятий с иностранными инвестициями.

Предприятие с иностранными инвестициями может создавать на территории Республики Узбекистан дочерние предприятия, филиалы с правами юридического лица, а также представительства и другие обособленные подразделения, не являющиеся юридическими лицами, с соблюдением требований настоящего Закона.

За пределами Республики Узбекистан могут быть созданы филиалы, представительства и другие

обособленные подразделения предприятий с иностранными инвестициями.

Статья 6. Хозяйственные ассоциации предприятий.

Предприятия с иностранными инвестициями в соответствии с законодательством Республики Узбекистан могут на добровольных началах создавать на территории Республики Узбекистан хозяйственные ассоциации, концерны, консорциумы и другие объединения.

Статья 7. Правовой режим иностранных инвестиций.

Иностранные инвестиции в Республике Узбекистан обеспечиваются государственно - правовой защитой. Правовой режим иностранных инвестиций не может быть менее благоприятным, чем соответствующий режим для аналогичных юридических и физических лиц Республики Узбекистан.

Для иностранных инвесторов, направляющих инвестиции в приоритетные отрасли экономики и регионы, законодательством Республики Узбекистан могут устанавливаться дополнительные льготы.

Статья 8. Виды деятельности.

Иностранные инвесторы и предприятия с иностранными инвестициями могут осуществлять любые виды деятельности, не запрещенные законодательными актами Республики Узбекистан и отвечающие целям, предусмотренным в уставах таких предприятий.

Для осуществления видов деятельности, которые в соответствии с законодательными актами Республики Узбекистан подлежат лицензированию, иностранный инвестор обязан получить лицензию в порядке, определяемом Кабинетом Министров Республики Узбекистан.

Статья 9. Права иностранных инвесторов.

Иностранный инвестор самостоятельно определяет объемы, виды и направления осуществляемых инвестиций и по своему усмотрению привлекает юридических лиц для реализации инвестиций.

Иностранный инвестор вправе владеть, пользоваться, распоряжаться объектами и результатами инвестиций, включая реинвестиции и торговые операции на территории Республики Узбекистан и за ее пределами в соответствии с нормами международного права и законодательством Республики Узбекистан.

По решению иностранного инвестора права владения, пользования, распоряжения инвестициями, их результатами могут быть переданы другим юридическим и физическим лицам в установленном законодательством Республики Узбекистан порядке. Взаимоотношения сторон при передаче прав регулируются им на основе договоров.

Иностранные инвесторы и предприятия с иностранными инвестициями могут приобретать земельные участки в случаях и на условиях, предусмотренных законодательством.

Статья 10. Обязанности иностранных инвесторов.

Иностранные инвесторы при осуществлении инвестиционной деятельности обязаны:

соблюдать законодательство, действующее на территории Республики Узбекистан;

уплачивать налоги и производить иные платежи в соответствии с законодательством Республики Узбекистан;

получать заключения экспертизы инвестиционных проектов в части соблюдения санитарно-гигиенических, экологических и иных требований, вытекающих из законодательства Республики Узбекистан.

Статья 11. Гарантии прав иностранных инвесторов.

Республика Узбекистан гарантирует защиту прав иностранных инвесторов при осуществлении инвестиционной деятельности на территории республики в соответствии с общепризнанными нормами международного права.

В случае, если последующее законодательство Республики Узбекистан ухудшает условия инвестирования, то к иностранным инвестициям в течение не более десяти лет применяется законодательство, действовавшее на момент осуществления инвестиций. Это требование не распространяется на изменение законодательства, касающегося обороны, национальной безопасности и общественного порядка, охраны окружающей среды.

В случае принятия государственными органами Республики Узбекистан нормативных актов, ущемляющих права иностранных инвесторов, причиненные убытки возмещаются этими органами в судебном порядке.

Государственные органы и их должностные лица не вправе вмешиваться в хозяйственную деятельность иностранных инвесторов, осуществляемую в соответствии с законодательством Республики Узбекистан.

Статья 12. Гарантии от национализации и реквизиции.

Иностранные инвестиции в Республике Узбекистан не подлежат национализации.

Иностранные инвестиции не подлежат реквизиции, за исключением случаев стихийных бедствий, аварий, эпидемий, эпизоотии. Решение о реквизиции принимается Кабинетом Министров Республики Узбекистан. Выплачиваемая в этих случаях иностранному инвестору компенсация должна быть адекватной нанесенному ущербу.

Статья 13. Гарантии перевода прибыли в иностранной валюте.

Иностранным инвесторам гарантируется перевод за границу их прибыли или иных средств в иностранной валюте, полученных в результате законной деятельности, без каких-либо ограничений.

Статья 14. Гарантии использования прибыли.

Прибыль иностранных инвесторов, полученная в Республике Узбекистан, может реинвестироваться на территории республики или использоваться иным образом по усмотрению собственника. Иностранные инвесторы могут иметь счета в любой валюте без ограничения в банках республики.

Иностранные инвесторы могут использовать средства в национальной денежной единице на их счетах для приобретения иностранной валюты на внутреннем валютном рынке.

Статья 15. Страховая защита иностранных инвесторов.

Страхование инвестиций и рисков иностранных инвесторов осуществляется на добровольной основе.

Страховая защита иностранных инвестиций в Республике Узбекистан обеспечивается системой страхования, включающей в себя Национальную страховую компанию Республики Узбекистан, являющуюся официальным государственным страховым агентом, и совместные страховые компании с участием иностранных страховых организаций.

Страховые организации, осуществляющие страхование иностранных инвестиций, не отвечают по обязательствам Республики Узбекистан. Республика Узбекистан не отвечает по обязательствам страховых организаций, кроме случаев, оговоренных в соглашении сторон.

Система страхования иностранных инвестиций обеспечивает страхование иностранных инвесторов от:

экспроприации собственности, а также любых законодательных или административных мер, ведущих к изъятию собственности, потере контроля над ней или доходами, полученными от нее, кроме недискриминационных мер общего применения, вводимых страной в целях регулирования экономической деятельности на своей территории; войны или гражданских волнений; вмешательства властей страны в договоренные отношения страховой организации и инвестора; введения властями ограничений на конвертацию национальной валюты в другие валюты и перевод ее за пределы страны; других видов рисков.

Страховая защита деятельности иностранных инвесторов обеспечивается активами страховых организаций, часть которых может помещаться в зарубежных банках и гарантирует иностранным инвесторам всестороннюю защиту их инвестиций.

Статья 16. Валютная самокупаемость.

Все расходы предприятий с иностранными инвестициями в иностранной валюте должны обеспечиваться за счет их собственных валютных поступлений, а также других разрешенных законодательством Республики Узбекистан источников получения иностранной валюты. Их валютная самокупаемость может быть обеспечена также в рамках создаваемых объединений, консорциумов и других организационных структур.

Статья 17. Экспорт и импорт продукции.

Предприятие с иностранными инвестициями вправе без лицензии экспортировать продукцию собственного производства и импортировать продукцию для собственных производственных нужд в соответствии с

законодательством Республики Узбекистан. Перечень продукции собственного производства, поставляемой на экспорт, и продукции, импортируемой предприятиями для собственных нужд, устанавливается Кабинетом Министров Республики Узбекистан.

Валютные поступления от экспорта продукции собственного производства после уплаты установленных налогов и иных платежей остаются полностью в собственности предприятия.

Статья 18. Таможенное обложение.

Имущество, ввозимое в Республику Узбекистан для собственных производственных нужд и для личных нужд иностранных работников предприятий с иностранными инвестициями, освобождается от оплаты таможенной пошлины.

Статья 19. Налогообложение.

Предприятия с иностранными инвестициями, а также иностранные инвесторы уплачивают налоги и иные платежи в соответствии с законодательством Республики Узбекистан.

Статья 20. Контроль за деятельностью предприятий с иностранными инвестициями.

Контроль за соблюдением предприятиями с иностранными инвестициями требований действующего законодательства Республики Узбекистан осуществляют налоговые и другие государственные органы со специальными функциями контроля в пределах их полномочий.

Предприятия представляют этим органам необходимую для контроля информацию о своей деятельности. Контролирующий орган обязан обеспечить сохранность коммерческой тайны. Разглашение коммерческой тайны преследуется по закону.

Статья 21. Учет и ответственность.

Предприятия с иностранными инвестициями осуществляют учет и отчетность в порядке, установленном действующим законодательством Республики Узбекистан.

Статья 22. Обеспечение обязательств.

Имущество предприятия с иностранными инвестициями может использоваться им в качестве залога по всем видам его обязательств, включая привлечение заемных средств. В качестве обеспечения могут выступать его право собственности на объекты торговли и сферы обслуживания вместе с земельными участками, на которых они размещены, имущественные права на здания, за исключением права владения и пользования землей и другими природными ресурсами.

Статья 23. Интеллектуальная собственность.

Предприятия с иностранными инвестициями заключают со своими работниками договоры в отношении объектов интеллектуальной собственности, создаваемых в соответствии с заданиями, подтвержденными документацией предприятия.

Патентование изобретений и внедрение промышленных образцов предприятиями с иностранными инвестициями производится в порядке, установленном законодательством Республики Узбекистан.

Статья 24. Трудовые отношения.

Трудовые отношения работников предприятий с иностранными инвестициями регулируются законодательством Республики Узбекистан.

Статья 25. Привлечение иностранных работников.

В состав рабочих и служащих предприятия с иностранными инвестициями, его администрации, членов

Инвесторами каждой Стороны в других государствах, участвующих в настоящем Соглашении (далее - инвесторы Сторон), являются:

юридические лица, созданные согласно законодательству одной из Сторон и правомочные осуществлять инвестиции;

физические лица - граждане Сторон и постоянно проживающие на их территории граждане других государств, а также лица без гражданства;

государства-участники настоящего Соглашения и расположенные в пределах их территории государственные и административно-территориальные образования в лице уполномоченных ими юридических и физических лиц и соответствии с законодательством Сторон.

Статья 3

Инвестициями Сторон являются все виды имущественных финансовых, интеллектуальных ценностей, вкладываемые инвесторами Сторон в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли (дохода), достижения социального эффекта.

Статья 4

Инвесторы Сторон осуществляют инвестирование на территории других Сторон путем:

создания предприятий, полностью принадлежащих инвесторам Сторон, а также филиалов таких предприятий;

долевого участия в предприятиях, создаваемых совместно с юридическими и физическими лицами по месту инвестирования;

приобретения предприятий, зданий, сооружений, долей участия в предприятиях, паев, акций, облигаций, а также ценных бумаг в соответствии с национальным законодательством;

иной деятельности по осуществлению инвестиций, не противоречащей законодательству, действующей на территории государства по месту инвестирования.

Предприятие с инвестициями Сторон может осуществлять любые виды деятельности, отвечающие целям, предусмотренным в уставе предприятия, за исключением запрещенных законодательством государства по месту инвестирования.

Статья 5

Стороны уполномочивают соответствующие государственные органы проводить консультации и обмен информацией по вопросам инвестиционной деятельности при разработке мер государственного регулирования инвестиционных процессов и механизма их реализации, а также консультации в других необходимых случаях.

Статья 6

Отношения, связанные с инвестициями Сторон, регулируются соответствующими положениями законодательства государства по месту инвестирования, установленными для инвесторов этого государства, настоящим Соглашением и другими соглашениями между его участниками, а также международными соглашениями, в которых участвуют Стороны. При этом, в ходе дальнейшего совершенствования законодательства, Стороны будут исходить из того, что правовой режим инвестиций Сторон, а также деятельность инвесторов по их осуществлению не могут быть менее благоприятными, чем режим для инвестиционной деятельности юридических и физических лиц государства по месту инвестирования.

Статья 7

Инвестиции, производимые инвесторами, указанными в статье 2 настоящего Соглашения, на территории сторон пользуются полной и безусловной правовой защитой государства по месту инвестирования, не подлежат национализации и не могут быть подвергнуты реквизиции, кроме как в исключительных предусмотренных законами случаях. Решения о национализации и реквизиции принимаются в порядке, установленном законодательством

государства по месту инвестирования. В таких случаях государством по месту инвестирования выплачивается инвесторам Сторон быстрая, адекватная и эффективная компенсация. Решения об удовлетворении претензий инвестора в случае национализации и реквизиции могут быть разрешены по соглашению Сторон или обжалованы в суды государства по месту инвестирования.

Инвесторы Сторон имеют право на возмещение убытков, включая упущенную выгоду, причиненных им в результате действий государственных органов либо должностных лиц, противоречащих законодательству государства по месту инвестирования, а также вследствие ненадлежащего осуществления такими органами или должностными лицами предусмотренных законодательством обязанностей по отношению к инвесторам Сторон или предприятиями с этими инвестициями.

Статья 8

Инвесторам Сторон после уплаты соответствующих налогов и сборов гарантируется беспрепятственный перевод в государства-участники настоящего Соглашения, а также в другие государства прибыли и других сумм, полученных в связи с осуществленными ими инвестициями, в том числе сумм, предусмотренных статьей 7 настоящего Соглашения.

Ввоз и вывоз валюты Сторон и валюты иных государств, платежных документов, ценных бумаг регламентируется законодательством о валютном регулировании государства по месту инвестирования.

Вклады в уставной фонд предприятия с инвестициями Сторон оцениваются по согласованию между его участниками, а в случае создания предприятия, полностью принадлежащего инвестору (инвесторам) государства-участника настоящего Соглашения, им самостоятельно.

При необходимости обоснованность произведенной оценки подтверждается заключением аудиторских организаций, получивших в соответствии с

законодательством государства по месту инвестирования
разрешение на проведение такой оценки

Статья 9

Прибыль и другие суммы, указанные в статье 8
настоящего Соглашения, полученные и занесены
любой валюте из источников на территории государства по
месту инвестирования, могут на территории
реинвестироваться или использоваться в
соответствии с законодательством этого государства.

Статья 10

Стороны будут принимать меры для сближения
своего законодательства по вопросам инвестиционной
деятельности, в том числе по вопросам создания
предприятий с инвестициями Сторон и
правовых форм, вопросам налогообложения,
отношений, территориальных и отраслевых ограничений
для вложения инвестиций, экологической и санитарно-
гигиенической экспертизы, учета отчетности их
деятельности.

Если в случае изменения законодательства Стороны
инвестирования, касающегося предприятий, или
депонирования настоящего Соглашения условия
деятельности ранее созданных предприятий на
территории данного государства ухудшаются, то в течение
последующих 5 лет применяются нормы действовавшие на
момент регистрации этого предприятия.

Статья 11

Создание (участие в создании) и приобретение
предприятия или его доли инвестором Сторон (далее -
предприятие с инвестициями Сторон) осуществляется в
порядке и на условиях, предусмотренных
законодательством государства по месту инвестирования.

Статья 12

При рассмотрении вопросов, связанных с созданием и
регистрацией предприятий с инвестициями Сторон,
последние будут поддерживать разнообразные

Социальное страхование работников предприятий с инвестициями Сторон и их социальное обеспечение (за исключением пенсионного обеспечения работников из других государств) регулируются законодательством государства по месту инвестирования.

Пенсионное обеспечение указанных работников и членов их семей в соответствии с Соглашением о гарантиях прав граждан государств-участников Содружества Независимых Государств в области пенсионного обеспечения от 13 марта 1992 г. осуществляется в соответствии с законодательством государств их постоянного проживания, при этом платежи на пенсионное обеспечение работников из других государств-участников настоящего Соглашения предприятия с инвестициями Сторон перечисляют в соответствующие фонды государств постоянного проживания этих работников.

Статья 20

Предоставление инвесторам Сторон и предприятиям с инвестициями Сторон права пользования землей, включая ее аренду, и иными природными ресурсами регулируется законодательством, действующим на территории государства по месту инвестирования.

Статья 21

Споры инвесторов Сторон и предприятий с инвестициями Сторон с государственными органами, юридическими и физическими лицами, споры между инвесторами и предприятиями, в которые произведены инвестиции, решаются по согласованию между ними или подлежат рассмотрению в установленном порядке в судах по месту инвестирования либо, по договоренности участников спора, в третейском суде. Порядок разрешения указанных споров излагается в учредительных документах.

Статья 22

Стороны будут придерживаться в рамках своего законодательства согласованного подхода к вопросам, связанным с привлечением иностранных займов и

инвестиций из государств, не являющихся участниками настоящего соглашения, и международных организаций для осуществления проектов, отвечающих общей заинтересованности Сторон, с предоставлением таким иностранным инвесторам прав на приобретение национальных ценных бумаг, пользование землей, аренду имущества, а также с заключением концессионных договоров и созданием свободных экономических зон и других форм деятельности.

Статья 23

Стороны будут сотрудничать между собой для устранения недобросовестной конкуренции на международном и внутреннем рынках и обеспечения в соответствии со своим законодательством максимальной защиты экономических интересов инвесторов Сторон.

Статья 24

Предоставляемые Сторонами друг другу права, преимущества и льготы в области инвестиционной деятельности не являются основанием для их предоставления инвесторам государств, не являющихся участниками настоящего соглашения.

Статья 25

Настоящее Соглашение не затрагивает обязательств Сторон в отношении государств, не являющихся участниками настоящего Соглашения.

Статья 26

Поправки к настоящему Соглашению могут быть приняты по взаимному согласию всех сторон и оформляются специальным протоколом, который становится неотъемлемой частью настоящего Соглашения.

Статья 27

Настоящее Соглашение открыто для подписания всеми государствами-участниками Содружества Независимых Государств.

Настоящее Соглашение временно применяется с момента подписания и вступает в силу со дня сдачи на

хранение депозитарию третьего уведомления о выполнении подписавшими его Сторонами внутригосударственных процедур, необходимых для его вступления в силу. Для государств, подписавших Соглашение и выполнявших упомянутые позднее, оно вступает в силу со дня сдачи на хранение депозитарию их уведомлений о выполнении упомянутых процедур.

Соглашение заключено на срок 5 лет и будет автоматически продлеваться на последующие пятилетние периоды по взаимному согласию Сторон.

По истечении пятилетнего срока после подписания настоящего Соглашения каждая Страна имеет право выйти из Соглашения после письменного уведомления об этом депозитария не менее чем за 6 месяцев до момента своего выхода.

Совершено в городе Ашгабате 24 декабря 1993 г. в одном подлинном экземпляре на русском языке. Подлинный экземпляр хранится в Архиве Правительства Республики Беларусь, которое направит государствам, подписавшим настоящее Соглашение, его заверенную копию.

1. СОГЛАШЕНИЕ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ

ЗА АЗЕРБАЙДЖАНСКУЮ РЕСПУБЛИКУ	Г.АЛИЕВ
ЗА РЕСПУБЛИКУ АРМЕНИЯ	Л.ТЕР-ПЕТРОСЯН
ЗА РЕСПУБЛИКУ БЕЛАРУСЬ	В.КЕБИЧ
ЗА РЕСПУБЛИКУ ГРУЗИЯ	Э.ШЕВАРНАДЗЕ
ЗА РЕСПУБЛИКУ КАЗАХСТАН	Н.НАЗАРБАЕВ
ЗА КЫРГЫЗСКУЮ РЕСПУБЛИКУ	А.АКЛЕВ
ЗА РЕСПУБЛИКУ МОЛДОВА	М.СНЕГУР
ЗА РОССИЙСКУЮ ФЕДЕРАЦИЮ	Б.ЕЛЬЦИН
ЗА РЕСПУБЛИКУ ТАДЖИКИСТАН	Э.РАХМОНОВ
ЗА ТУРКМЕНИСТАН	С.НИЯЗОВ
ЗА РЕСПУБЛИКУ УЗБЕКИСТАН	И.КАРИМОВ
ЗА УКРАИНУ	Л.КРАВЧУК

РЕШЕНИЕ

об отмене статьи 16 Соглашения о взаимном признании прав и регулировании отношений собственности

В связи с подписанием Соглашения о сотрудничестве в области инвестиционной деятельности государства-участники Соглашения о взаимном признании прав и регулировании отношений собственности от 9 октября 1992 г. решили:

отменить статью 16 Соглашения о взаимном признании прав и регулировании отношений собственности.

Совершено в городе Ашгабате 24 декабря 1993 г. в одном подлинном экземпляре на русском языке. Подлинный экземпляр хранится в Архиве Правительства Республики Беларусь, которое направит государствам, подписавшим настоящее Соглашение, его заверенную копию.

ЗА РЕСПУБЛИКУ УЗБЕКИСТАН И.КАРИМОВ

ЗА РЕСПУБЛИКУ АРМЕНИЯ Л.ТЕР-ПЕТРОСЯН

ЗА РЕСПУБЛИКУ БЕЛАРУСЬ В.КЕБИЧ

ЗА РЕСПУБЛИКУ КАЗАХСТАН Н.НАЗАРБАЕВ

ЗА КЫРГЫЗСКУЮ РЕСПУБЛИКУ А.АКАЕВ

ЗА РЕСПУБЛИКУ МОЛДОВА М.СНЕГУР

ЗА РОССИЙСКУЮ ФЕДЕРАЦИЮ Б.ЕЛЬЦИН

ЗА РЕСПУБЛИКУ ТАДЖИКИСТАН Э.РАХМОНОВ

[5].

Это соглашение явилось не только важным шагом в укреплении взаимоотношений в области инвестиционной деятельности стран, но и созданием желательной среды для привлечения иностранных капиталов и увеличения числа инвестиционных проектов, благоприятствующих экономическому развитию стран в период перехода к рыночной экономике.

В условиях перехода к рыночной экономике законодательные акты должны сохраняться, хотя их

значение и удельный вес меняются. Если переход к рынку будет происходить постепенно, то законодательство не только сохранится, но и получит дальнейшее развитие. С развитием экономики и взаимоотношений между странами этот нормативный документ должен совершенствоваться принимая во внимание требование времени и интересы государств - новых участников, что предусмотрено в статье 26.

Опыт СНГ позволяет сделать вывод, что еще в начале кардинальных преобразований резко снизился уровень благосостояния населения и эти страны попали в категорию развивающихся стран со средним доходом на душу населения 700-1000 долларов в год. Это дало основание правительству этих стран обратиться во Всемирный Банк за предоставлением кредитной поддержки. Однако из более чем 100 представленных этим странам в 1992-1993 годах проектов с просьбой о финансировании ни один документ по своему содержанию не отвечал на один и тот же вопрос - какова эффективность именно такого вложения финансовых средств. В связи с этим особую актуальность приобретает развитие "Проектного Анализа". В Узбекистане успешно развивается методика Всемирного Банка, которой обучаются специалисты, соприкасающиеся с этим видом деятельности.

Проектный Анализ включает в себя несколько методов анализа с различных точек зрения, одним из важных которого является Коммерческий Анализ, который исчерпывает первоочередную проблему результата проекта. Ведь успех или провал проекта зависит от потребителей или пользователей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. И.А.Каримов. Узбекистан по пути углубления экономических реформ. Ташкент - "Узбекистон", 1995.
2. Д.Е.Аугстин "Анализ агропромышленных проектов. Основные факторы разработки". Лондон 1992 г. 18 стр.
3. Дж. Амузегара Диалог. США, 1990 г. N 45. стр. 62 - 63.
4. Бизнес-план (цикл лекций) изд. Российской Академией управления. Москва, 1992 г.
5. М.М.Богуславский. Иностранные инвестиции: правовое регулирование. Москва. Изд-во БЕК, 1996 г., стр. 208-215, 338-347.
6. Всемирный банк: Нормативно-справочные документы. Вашингтон, 1993 г. 250 стр.
7. "Все о маркетинге" Москва. Азимут-Центр. 1992г., 366 стр.
8. "Где ожидает вас успех?" газета Торговля за рубежом. г.Москва, 1991 г. 10 стр.
9. Годовой отчет колхоза "Алга" за 1994 г.
10. С.С.Гулямов "Проектный анализ инвестиций" Ташкент, ГФНТИ ГКНТ Р.У. 1995 г. 310 стр.
11. С.С.Гулямов "Лойиха тахлили" услуги. Халк сузи Тошкент, 1995г. 10 стр.
12. С.С.Гулямов "Земельный банк и аграрная реформа" Частная жизнь г.Ташкент 1995 г. 12 стр.
13. С.С.Гулямов "Проектный анализ инвестиций и ключ к сокровищам Всемирного банка" Народное слово г.Ташкент. 1995г. 7 стр.
14. С.С.Гулямов, С.Е.Чернов "Маркетинговая политика сельскохозяйственных предприятий Узбекистана" Ташкент. ГФНТИ. 1995 г. 15 стр.
15. С.С.Гулямов "Оптимизация развития межотраслевых комплексов хлопкосеющей области" Ташкент. УзНИИТИ. 1985 г. 195 стр.

40. Elteto, O. and Frigyes, E. "New income inequality measures as efficient tools for causal analysis and planning". *Econometrica*, 1968, 36, pp. 383-396.
41. Emlen, J.M. "Ecology: An Evolutionary Approach". Addison-Wesley, Reading, Massachusetts, 1973.
42. Fishlow, A. "Brazilian income size distribution". University of California, Berkeley, 1973.
43. From Plan to Market, World Development Report, 1996.
44. Kondor, Y. "Value judgements implied by the use of various measures of income equality". *Review of Income and Wealth*, 1975, 21, pp. 309-321.
45. Lorenz, M.O. "Methods of measuring concentration of wealth". *J. Amer. Statist. Assoc.*, 1905, 9, pp. 209-219.
46. Marshall, A.W. and Olkin, I. "Inequalities: Theory of Majorization and its Applications". Academic Press, New York, 1979.
47. McIntosh, R.P. "An index of diversity and the relation of certain concepts to diversity". *Ecology*, 1967, 48, pp. 392-404.
48. Pielou, E.C. "Ecological Diversity". Wiley (Interscience), New York, 1975.
49. Pigou, A.C. "Wealth and Welfare". Macmillan, New York, 1912.
50. Policy Experiences and Issues in the Baltic, Russia and other Countries of the Former Soviet Union. Occasional Paper 133. International Monetary Fund. Washington, DC. 1995.
51. Sen, A. "On Economic Inequality". Oxford Univ. Press (Clarendon), London and New York, 1973.
52. Simpson, E.H. "Measurement of diversity". *Nature*, 1949, 163, 688.
53. Schutz, R.R. "On the measurement of income inequality". *Amer. Econom. Rev.*, 1951, 41, pp. 107-122.
54. Szal, R. and Robinson, S. "Measuring income inequality". In "Income Distribution and Growth in the Less-Developed Countries". (C.R. Frank, Jr. and R.C. Webb, eds.), 1977, pp. 491-533. Brookings Inst., Washington, D.C.

ГЛОССАРИЙ GLOSSERY

Активы (assets) - стоимость основных и оборотных фондов, денежных и финансовых средств субъектов экономической деятельности.

Акциз (unit tax) - налог, взимаемый в фиксированном размере с единицы подлежащего налогообложению объекта.

Альтернативные издержки (opportunity cost) Стоимость альтернативы, ценность упущенных возможностей - метод, которым в экономике определяются все издержки. Альтернативные издержки некоторого действия - это то, от чего вы отказываетесь, чтобы иметь что-либо или ценность для вас альтернативных возможностей, от которых приходится отказываться при совершении данного действия. Концепция альтернативных издержек утверждает, что оценки экономических ресурсов отрицают их ценность (или отдачу от них) при наилучшем альтернативном использовании. Когда ресурсы находятся в частности, торг покупателей и продавцов формирует цены, близкие к альтернативным издержкам для владельцев ресурсов.

Амортизация (depreciation) - снижение стоимости капитальных ресурсов в течение периода их функционирования и постепенное перенесение их стоимости на производимый продукт: целевые отчисления денежных средств и их накопление для последующего использования на возмещение износа основных фондов.

Аннуитет (annuity) - серия или один из серии равных по величине платежей, выплачиваемых через равные промежутки времени. Изначально этот термин обозначал ежегодные платежи, но сейчас применяется для платежей с периодом любой последовательности, например, ежеквартальным, ежемесячным и т. д. Примерами аннуитета являются страховые взносы, арендные платежи за недвижимость, а так же искины.

Баланс платежный (balance of payments) - сводный балансовый счет, показывающий итог текущих операций с внешним миром (см. баланс текущих операций) и сальдо движения капиталов и валютных средств страны (см. баланс финансовых операций с капиталом) как разность между суммарными платежами за рубеж и полученными выплатами из-за рубежа. Если поступления валютно-финансовых средств из-за рубежа превышают платежи за рубеж, то платежный баланс считается положительным, и наоборот.

Баланс (счет) текущих операций (current account) - балансовый счет, показывающий положительное или отрицательное сальдо внешнеэкономических операций с товарами, услугами и текущими трансфертами.

Балансовая стоимость (book value) - зафиксированная в балансе компании стоимость ее активов (основных средств) за вычетом амортизации. Обычно отражает историческую стоимость активов (т.е. стоимость на момент их приобретения) и может не совпадать с рыночной стоимостью активов на текущий момент.

Безвозвратные надержки (sunk expenditure) - факторные затраты, которые, будучи однажды сделаны не могут быть возмещены. Например, если машина стоит 10 тыс. долл., но продана может быть только за 8 тыс. на рынке поддержанных машин, экономист скажет, что разница между двумя стоимостями, 2 тыс. долл., является безвозвратными издержками. Безвозвратные издержки не включаются в совокупные издержки.

Бизнес-план (business plan) - план развития деятельности компании, в том числе инвестиционной. Обычно составление бизнес-планов характерно для малых и средних компаний при небольших объемах инвестиции. Для крупных инвестиционных проектов данный термин, как правило, не применяется.

Выпуклая (convex) - кривая, выпуклая относительно начала координат. Результат предложения, сто предельная норма замещения сокращается при увеличении количества потребляемого блага.

Государственные закупки (government purchases) - закупки товаров и услуг правительственным сектором, учитывающиеся в расходных статьях бюджета.

Девальвация (devaluation) - акция центрального банка, официально увеличивающая количество единиц национальной валюты, которые могут быть обменены на единицу одной или нескольких иностранных валют, девальвация проявляется в снижении стоимости национальной валюты в сравнении с иностранными валютами (см. обеспечение). Например, при изменении курса

рубля к доллару с 50 рублей за один доллар до 100 рублей за один доллар (т.е. при девальвации рубля) стоимость рубля (его покупательная способность) по сравнению с долларом снижается в два раза.

Депозиты (deposits) - денежные средства или ценные бумаги, находящиеся на хранении в финансово-кредитных, административных, судебных и таможенных учреждениях. Имеют несколько значений: вклады в банках, ценные бумаги на хранении в финансово-кредитных институтах, взносы под оплату налогов, сборов, пошлин и пр.

Депозиты до востребования (demand deposits, deposit money) - денежные средства, хранящиеся в банках на вкладах до востребования.

Дефицит (shortage) - ситуация на рынке, когда при данной цене величина спроса превышает величину предложения. Дефицит как устойчивое явление возможен тогда, когда денежные цены не могут выполнять свою функцию распределения редких благ между конкурирующими покупателями (см. Механизмы распределения).

Дивиденд (divident) - часть прибыли акционерных обществ, которая ежегодно распределяется между акционерами в соответствии с количеством и видом имеющихся акций.

Дисконта (discount) - ставка процента, по которой центральный банк предоставляет кредит коммерческим банкам.

Дисконтирование (discounting) - операция, обратная начислению сложного процента, используемая для приведения будущих стоимостей к настоящему (текущему) моменту. Позволяет определить текущую стоимость (т.е. реальную ценность на данный момент) будущих платежей или поступлений, осуществляемых через n лет при ставке процента, равной i . Производится по формуле:

$V_n : (1+i)^{-n}$, где V_n - стоимость через n лет, будущая стоимость

i - норма дисконта,

n - число лет.

Дисконтный фактор (discount factor) - фактор $(1+i)^{-n}$, который переводит деньги будущего в их настоящую стоимость, где i - дисконтная ставка и T - число периодов в будущем.

Доход (income) - денежные и натуральные поступления от использования факторов производства;

- **личный доход** (personal income) - доход физического лица до уплаты налогов;
- **национальный доход** (national income) - доход от национального производства; сумма всех видов доходов в экономике. Включает заработную плату, рентный доход, доходы корпораций, чистый процент и доходы от собственности. Рассчитывается также как разность между величиной ВВП и суммарными затратами на потребление основного капитала и косвенными налогами;

- **располагаемый доход (disposable income)** - доходы, которыми располагают экономические сектора для расходов и сбережений. Определяется как разность между доходами и прямыми налогами;
- **факторный доход (factor income)** - доход, получаемый от использования факторов производства: рабочей силы, капитала, собственности.

Займы (borrowing) - получение на возвратной основе и на определенный срок денежных средств физическими, юридическими лицами и государством. Различают займы беспроцентные, льготные и займы на коммерческих условиях, а также внутренние и внешние займы. Займы широко используются в экономической политике государства: внутренние займы государства у физических и юридических лиц формируют государственный внутренний долг, при получении государством иностранных кредитов образуется государственный внешний долг. См. кредитование, долг внешний государственный.

Занятое население (employees) - население в трудоспособном возрасте, занятое в гражданском секторе общественного производства и учитываемое в соответствии с нормами, определенными законодательством страны;

Заработная плата (номинальная) (wage, nominal) - заработная плата в денежном выражении;

- **реальная денежная плата (real wage)** - номинальная заработная плата, скорректированная на уровень изменения цен.

Институциональный анализ (institutional aspects of Project Analysis) - аспект или раздел проектного анализа, имеющий целью оценку организационных, правовых, политических и управленческих условий, в рамках которых реализуется конкретный проект.

Инфраструктура (infrastructure) - совокупность материальных и организационно-правовых условий, обеспечивающих устойчивое экономическое развитие. К материальным условиям относится наличие развитой сети путем сообщения, средств связи, сетей электро- и водоснабжения и т.д., а к организационно-правовым - наличие развитых государственных и частных институтов, а также устойчивой законодательной базы.

Капитал (capital) - термин, используемый в разных значениях: 1) созданные человеком ресурсы, используемые для производства товаров и услуг (инвестиционные товары, средства производства); 2) совокупность основных средств и денежных ресурсов, используемых для деловых операций в той или иной сфере деятельности (производство, торговля и т.д.) с целью получения прибыли.

Капитализация (capitalization) - означает: 1) преобразование нераспределенной прибыли в капитал, вложенный в активы компании и представляющий собой увеличение ее способного капитала; 2) в кредитных операциях - включение процента, начисляемого в течение льготного периода, в основную сумму долга с тем, чтобы освободить заемщика от выплаты как части

основного долга, так и процентов в течение льготного периода.

Капиталовложения в основные фонды (fixed investment) - прирост инвестиций в основные фонды в текущем периоде по сравнению с предшествующим. Рассчитывается как разница между стоимостью основных фондов на конец и начало исследуемого периода.

Коммерческие аспекты проектного анализа (commercial aspects of projects) - раздел проектного анализа, имеющий целью подтвердить коммерческую жизнеспособность проекта, определить основные характеристики необходимой продукции, ожидаемые объемы продаж, уровень цен на нее, возможность продажи на местных и зарубежных рынках, а также выявить наиболее целесообразные каналы и методы сбыта и т.д. Результаты коммерческого анализа являются основой для последующей разработки технических аспектов проекта (в отношении размера производства, необходимого качества продукции и т.д.), а также для финансового анализа и разработки всех других разделов проекта.

Компаундирование (compounding) - начисление сложного процента. Процесс определения будущей стоимости (в каком-либо году в будущем) определенной текущей суммы, если известен сложный процент ее роста.

Будущая стоимость = текущая стоимость $\times (1+i)^n$
(сегодняшняя, настоящая), где
 i - ставка процента, n - год. Величина $(1+i)^n$
обычно берется из таблиц для дисконтирования и начисления сложного процента

ПРИЛОЖЕНИЕ

ЦЕННОСТЬ (СТОИМОСТЬ) ДЕНЕГ ВО ВРЕМЕНИ

1. Любой проект связан с инвестициями, при этом от момента вложения денег до момента получения результатов протекает определенное время.

2. Принимая решение об инвестировании денег в проект, необходимо учитывать:

- инфляцию
- риск, неопределенность
- возможность сегодняшнего использования денег.

Таким образом, одна и та же денежная сумма имеет разную ценность во времени.

Введем условные обозначения:

F - будущая ценность денег

P - текущая ценность денег (первоначальная ценность или принципал)

i - ставка процента (константа)

n - продолжительность периода

3. Методика начисления сложных процентов (compounding) позволяет исчислить будущую ценность денег (F), если известны текущая ценность (принципал P), ставка процента (i) и временной интервал (n):

$$F = P \cdot I_c;$$
$$I_c = (1 + I/100)^n$$

где: I_c - коэффициент начисления сложных процентов.

4. Дисконтирование (Discounting) - действие, обратное методике начисления сложных процентов, позволяющее исчислить текущую ценность денег (P), если известны их

будущая ценность (F), ставка процента (i) и временной интервал (n):

$$P = F \cdot Id$$
$$Id = 1 / (1 + I/100)^n$$

где: Id - коэффициент дисконтирования.

5. Равные денежные суммы, получаемые или выплачиваемые через одинаковые промежутки времени, называются аннуитетом и обозначаются А. Текущая ценность денег может быть найдена в этом случае по формуле:

$$P = A \cdot Ia$$
$$Ia = ((1+i)^n - 1) / i(1+i)^n$$

где: Ia - коэффициент аннуитета.

6. Действие, обратное аннуитированию, называется восстановлением капитала и позволяет исчислять одинаковые денежные суммы, получаемые или выплачиваемые через равные промежутки времени:

$$A = P \cdot Icr$$
$$Icr = i(1+i)^n / ((1+i)^n - 1)$$

где: Icr - коэффициент восстановления капитала.

Разработаны специальные таблицы, позволяющие облегчить расчеты, связанные с аннуитированием и восстановлением капитала. Эти таблицы, также как и таблицы нахождения сложных процентов и дисконтирования, основаны на предварительно рассчитанных соответствующих коэффициентах: коэффициенты аннуитета (Annuity factor), коэффициенты восстановления капитала (Capital recovery factor), коэффициенты начисления сложных процентов (Compound factor), коэффициенты дисконтирования (Discount factor).

Коэффициенты аннуитета (Annuity factor)

$$a_{\overline{n}|i} = \frac{1 - (1+i)^{-n}}{i}$$

	1%	2%	3%	4%	5%	6%	7%	8%	9%	10%	12%	15%	20%	25%	30%
1	0.9901	0.9803	0.9707	0.9613	0.9520	0.9428	0.9337	0.9247	0.9157	0.9068	0.8980	0.8893	0.8807	0.8722	0.8638
2	1.9703	1.9416	1.9137	1.8864	1.8598	1.8338	1.8084	1.7836	1.7593	1.7356	1.7124	1.6897	1.6675	1.6458	1.6245
3	2.9410	2.8933	2.8465	2.8006	2.7556	2.7114	2.6681	2.6256	2.5839	2.5430	2.5028	2.4633	2.4245	2.3863	2.3487
4	3.9019	3.8373	3.7741	3.7122	3.6516	3.5923	3.5342	3.4773	3.4216	3.3671	3.3138	3.2617	3.2107	3.1608	3.1119
5	4.8543	4.7716	4.6901	4.6097	4.5304	4.4522	4.3751	4.2991	4.2242	4.1504	4.0777	4.0061	3.9356	3.8661	3.7976
6	5.7985	5.6983	5.6001	5.5038	5.4094	5.3168	5.2259	5.1367	5.0492	4.9633	4.8790	4.7963	4.7152	4.6357	4.5578
7	6.7349	6.6181	6.5031	6.3898	6.2782	6.1683	6.0601	5.9536	5.8487	5.7454	5.6437	5.5436	5.4451	5.3482	5.2529
8	7.6638	7.5316	7.3991	7.2683	7.1392	7.0118	6.8861	6.7620	6.6395	6.5186	6.3993	6.2816	6.1655	6.0510	5.9381
9	8.5855	8.4381	8.2911	8.1456	8.0016	7.8591	7.7181	7.5786	7.4406	7.3041	7.1691	7.0356	6.9036	6.7731	6.6441
10	9.5004	9.3381	9.1761	9.0156	8.8566	8.6991	8.5431	8.3886	8.2356	8.0841	7.9341	7.7856	7.6386	7.4931	7.3491
11	10.4089	10.2316	10.0541	9.8776	9.7026	9.5291	9.3571	9.1866	9.0176	8.8501	8.6841	8.5196	8.3566	8.1951	8.0351
12	11.3114	11.1181	10.9251	10.7326	10.5416	10.3521	10.1641	9.9776	9.7926	9.6091	9.4271	9.2466	9.0676	8.8901	8.7141
13	12.2084	12.0001	11.7916	11.5831	11.3756	11.1691	10.9636	10.7591	10.5556	10.3531	10.1516	9.9511	9.7516	9.5531	9.3556
14	13.1004	12.8781	12.6556	12.4331	12.2116	11.9911	11.7716	11.5531	11.3356	11.1191	10.9036	10.6891	10.4756	10.2631	10.0516
15	14.0004	13.7631	13.5256	13.2881	13.0516	12.8161	12.5816	12.3481	12.1156	11.8841	11.6536	11.4241	11.1956	10.9681	10.7416
16	14.9004	14.6481	14.3956	14.1431	13.8916	13.6411	13.3916	13.1431	12.8956	12.6491	12.4036	12.1591	11.9156	11.6731	11.4316
17	15.8004	15.5331	15.2656	15.0031	14.7416	14.4811	14.2216	13.9631	13.7056	13.4491	13.1936	12.9391	12.6856	12.4331	12.1816
18	16.7004	16.4181	16.1356	15.8531	15.5716	15.2911	15.0116	14.7331	14.4556	14.1791	13.9036	13.6291	13.3556	13.0831	12.8116
19	17.6004	17.2981	17.0001	16.7031	16.4076	16.1131	15.8196	15.5271	15.2356	14.9451	14.6556	14.3671	14.0796	13.7931	13.5076
20	18.5004	18.1831	17.8701	17.5581	17.2476	16.9381	16.6296	16.3221	16.0156	15.7101	15.4056	15.1021	14.8006	14.5001	14.2006
21	19.4004	19.0681	18.7401	18.4131	18.0876	17.7631	17.4396	17.1171	16.7956	16.4751	16.1556	15.8371	15.5206	15.2051	14.8906
22	20.3004	20.0001	19.6956	19.3931	19.0916	18.7911	18.4916	18.1931	17.8956	17.5991	17.3036	17.0091	16.7156	16.4231	16.1316
23	21.2004	21.0001	20.6956	20.3931	20.0916	19.7911	19.4916	19.1931	18.8956	18.5991	18.3036	18.0091	17.7156	17.4231	17.1316
24	22.1004	22.0001	21.6956	21.3931	21.0916	20.7911	20.4916	20.1931	19.8956	19.5991	19.3036	19.0091	18.7156	18.4231	18.1316
25	23.0004	23.0001	22.6956	22.3931	22.0916	21.7911	21.4916	21.1931	20.8956	20.5991	20.3036	20.0091	19.7156	19.4231	19.1316

	1%	2%	3%	4%	5%	6%	7%	8%	9%	10%	12%	15%	20%	25%	30%
26	0.01087	0.01070	0.01053	0.01037	0.01021	0.01006	0.00991	0.00976	0.00961	0.00946	0.00931	0.00916	0.00901	0.00886	0.00871
27	0.011245	0.01107	0.01091	0.01075	0.01059	0.01044	0.01028	0.01013	0.00998	0.00983	0.00968	0.00953	0.00938	0.00923	0.00908
28	0.01162	0.01145	0.01129	0.01113	0.01097	0.01082	0.01066	0.01051	0.01036	0.01021	0.01006	0.00991	0.00976	0.00961	0.00946
29	0.01199	0.01182	0.01166	0.0115	0.01134	0.01118	0.01103	0.01088	0.01073	0.01058	0.01043	0.01028	0.01013	0.00998	0.00983
30	0.01237	0.0122	0.01204	0.01188	0.01172	0.01156	0.01141	0.01126	0.01111	0.01096	0.01081	0.01066	0.01051	0.01036	0.01021
31	0.01275	0.01258	0.01242	0.01226	0.0121	0.01194	0.01178	0.01163	0.01148	0.01133	0.01118	0.01103	0.01088	0.01073	0.01058
32	0.01313	0.01296	0.0128	0.01264	0.01248	0.01232	0.01217	0.01202	0.01187	0.01172	0.01157	0.01142	0.01127	0.01112	0.01097
33	0.01351	0.01334	0.01318	0.01302	0.01286	0.0127	0.01255	0.0124	0.01225	0.0121	0.01195	0.0118	0.01165	0.0115	0.01135
34	0.01389	0.01372	0.01356	0.0134	0.01324	0.01308	0.01292	0.01277	0.01262	0.01247	0.01232	0.01217	0.01202	0.01187	0.01172
35	0.01427	0.0141	0.01394	0.01378	0.01362	0.01346	0.0133	0.01314	0.013	0.01284	0.01269	0.01254	0.01239	0.01224	0.01209
36	0.01465	0.01448	0.01432	0.01416	0.014	0.01384	0.01368	0.01352	0.01337	0.01322	0.01307	0.01292	0.01277	0.01262	0.01247
37	0.01503	0.01486	0.0147	0.01454	0.01438	0.01422	0.01406	0.0139	0.01375	0.0136	0.01345	0.0133	0.01318	0.01303	0.01288
38	0.01541	0.01524	0.01508	0.01492	0.01476	0.0146	0.01444	0.01428	0.01412	0.01396	0.0138	0.01364	0.01348	0.01332	0.01316
39	0.01579	0.01562	0.01546	0.0153	0.01514	0.01498	0.01482	0.01466	0.0145	0.01434	0.01418	0.01402	0.01386	0.0137	0.01354
40	0.01617	0.016	0.01584	0.01568	0.01552	0.01536	0.0152	0.01504	0.01488	0.01472	0.01456	0.0144	0.01424	0.01408	0.01392
41	0.01655	0.01638	0.01622	0.01606	0.0159	0.01574	0.01558	0.01542	0.01526	0.0151	0.01494	0.01478	0.01462	0.01446	0.0143
42	0.01693	0.01676	0.0166	0.01644	0.01628	0.01612	0.01596	0.0158	0.01564	0.01548	0.01532	0.01516	0.015	0.01484	0.01468
43	0.01731	0.01714	0.01698	0.01682	0.01666	0.0165	0.01634	0.01618	0.01602	0.01586	0.0157	0.01554	0.01538	0.01522	0.01506
44	0.01769	0.01752	0.01736	0.0172	0.01704	0.01688	0.01672	0.01656	0.0164	0.01624	0.01608	0.01592	0.01576	0.0156	0.01544
45	0.01807	0.0179	0.01774	0.01758	0.01742	0.01726	0.0171	0.01694	0.01678	0.01662	0.01646	0.0163	0.01614	0.01598	0.01582
46	0.01845	0.01828	0.01812	0.01796	0.0178	0.01764	0.01748	0.01732	0.01716	0.017	0.01684	0.01668	0.01652	0.01636	0.0162
47	0.01883	0.01866	0.0185	0.01834	0.01818	0.01802	0.01786	0.0177	0.01754	0.01738	0.01722	0.01706	0.0169	0.01674	0.01658
48	0.01921	0.01904	0.01888	0.01872	0.01856	0.0184	0.01824	0.01808	0.01792	0.01776	0.0176	0.01744	0.01728	0.01712	0.01696
49	0.01959	0.01942	0.01926	0.0191	0.01894	0.01878	0.01862	0.01846	0.0183	0.01814	0.01798	0.01782	0.01766	0.0175	0.01734
50	0.02000	0.01982	0.01966	0.0195	0.01934	0.01918	0.01902	0.01886	0.0187	0.01854	0.01838	0.01822	0.01806	0.0179	0.01774

Калькуляционные материалы сучасних підприємств (Compound factor)
 $r = (1 + i)^n$

	1%	2%	3%	4%	5%	6%	7%	8%	9%	10%	12%	15%	20%	25%	30%
1	1.01	1.02	1.03	1.04	1.05	1.06	1.07	1.08	1.09	1.1	1.12	1.15	1.2	1.25	1.3
2	1.0201	1.0404	1.0609	1.0816	1.1025	1.1236	1.1449	1.1664	1.1881	1.21	1.2414	1.2834	1.41	1.525	1.6
3	1.030301	1.060904	1.092729	1.124784	1.157069	1.189584	1.222329	1.255294	1.288469	1.321854	1.365454	1.419284	1.5735	1.7385	1.9
4	1.040604	1.081632	1.123984	1.167664	1.211669	1.256004	1.300669	1.345664	1.390989	1.436654	1.492664	1.550024	1.7155	1.8925	2.1
5	1.051009	1.102464	1.155232	1.209312	1.264704	1.321404	1.379409	1.438714	1.499219	1.560924	1.623924	1.688224	1.8635	2.0505	2.3
6	1.061516	1.123424	1.186688	1.251312	1.317304	1.384656	1.453364	1.523424	1.594834	1.667644	1.741944	1.817724	1.9955	2.1855	2.475
7	1.072123	1.144608	1.218432	1.293604	1.370124	1.447984	1.527184	1.607714	1.689564	1.772724	1.857284	1.943244	2.1235	2.3165	2.615
8	1.082831	1.165216	1.249488	1.335264	1.422544	1.511324	1.601604	1.693384	1.786664	1.881444	1.977724	2.075504	2.2575	2.4525	2.855
9	1.093641	1.185904	1.272432	1.360312	1.449644	1.540524	1.632954	1.726924	1.822444	1.919514	2.018134	2.118314	2.2925	2.4895	2.995
10	1.104553	1.204416	1.301632	1.400304	1.500424	1.601984	1.705084	1.809724	1.915904	2.023624	2.132884	2.243684	2.4195	2.6175	3.155
11	1.115567	1.225248	1.323904	1.424016	1.525576	1.628584	1.733044	1.839054	1.946614	2.055724	2.166384	2.278604	2.4565	2.6575	3.255
12	1.126683	1.246224	1.345344	1.446416	1.548524	1.652672	1.758864	1.867104	1.977394	2.089734	2.204124	2.319564	2.5005	2.7035	3.355
13	1.137901	1.267344	1.367008	1.469136	1.572724	1.677764	1.784254	1.892294	1.999884	2.109024	2.220714	2.333954	2.5175	2.7225	3.455
14	1.149221	1.288608	1.388832	1.492944	1.598024	1.704064	1.811064	1.919024	2.028964	2.140884	2.254794	2.370694	2.5595	2.7665	3.555
15	1.160643	1.310016	1.410704	1.515712	1.621624	1.728432	1.836144	1.944764	2.054294	2.164734	2.277084	2.391344	2.5825	2.7915	3.655
16	1.172167	1.331568	1.432416	1.537924	1.644424	1.751824	1.860136	1.969364	2.079504	2.190554	2.303514	2.418384	2.6115	2.8225	3.755
17	1.183793	1.353264	1.454288	1.560336	1.666924	1.775224	1.884436	1.994564	2.105604	2.217554	2.331424	2.447204	2.6425	2.8555	3.855
18	1.195521	1.375104	1.47632	1.582944	1.689524	1.800024	1.911424	2.023724	2.136924	2.251024	2.367024	2.484924	2.6775	2.8895	3.955
19	1.207351	1.397088	1.498528	1.605648	1.713024	1.825324	1.938524	2.052624	2.167624	2.283524	2.401324	2.521024	2.7095	2.9095	4.055
20	1.219283	1.419216	1.520832	1.628464	1.736324	1.849524	1.963624	2.078624	2.194524	2.311324	2.430024	2.550624	2.7415	2.9415	4.155
21	1.231317	1.441488	1.543248	1.651488	1.759624	1.873724	1.988724	2.104624	2.221424	2.339124	2.458724	2.579224	2.7715	2.9715	4.255
22	1.243453	1.463904	1.56576	1.674608	1.782924	1.897924	2.013824	2.130624	2.248324	2.367924	2.489424	2.611824	2.8045	3.0045	4.355
23	1.255691	1.486464	1.588368	1.697832	1.806324	1.922124	2.038824	2.156424	2.274924	2.395324	2.517624	2.640924	2.8375	3.0375	4.455
24	1.268031	1.509168	1.611104	1.721152	1.829724	1.946424	2.063524	2.181024	2.300024	2.420424	2.542724	2.666024	2.8715	3.0715	4.555

1%	2%	3%	4%	5%	6%	7%	8%	9%	10%	12%	15%	20%	25%	30%
1.010000	1.020100	1.030401	1.040804	1.051309	1.061924	1.072650	1.083487	1.094435	1.105494	1.116664	1.127945	1.139337	1.150840	1.162454
1.020301	1.040904	1.061809	1.083024	1.104559	1.126424	1.148629	1.171174	1.194059	1.217284	1.240859	1.264784	1.289059	1.313684	1.338659
1.030704	1.062409	1.095414	1.129729	1.165354	1.202289	1.240534	1.279089	1.318954	1.359129	1.400004	1.441579	1.483854	1.526829	1.570504
1.041209	1.083914	1.128019	1.173524	1.220529	1.269034	1.319039	1.370544	1.423549	1.478054	1.534059	1.591564	1.650569	1.710074	1.770079
1.051814	1.105519	1.160624	1.217129	1.275034	1.334339	1.395044	1.457149	1.520654	1.585559	1.651864	1.719569	1.788674	1.859179	1.930084
1.062519	1.127224	1.193929	1.262634	1.333339	1.406044	1.480749	1.557454	1.636159	1.716864	1.800069	1.885774	1.973979	2.064684	2.157889
1.073324	1.149029	1.226734	1.306439	1.388144	1.471849	1.558554	1.648259	1.740964	1.836669	1.935374	2.037079	2.141784	2.249489	2.359194
1.084229	1.170934	1.259639	1.350344	1.443049	1.537754	1.635459	1.736164	1.839869	1.947574	2.059279	2.174984	2.294689	2.418394	2.545199
1.095234	1.193939	1.294644	1.397349	1.502054	1.608759	1.718464	1.831169	1.946874	2.065579	2.188284	2.314989	2.445694	2.580499	2.719304
1.106339	1.215044	1.317749	1.423454	1.532159	1.643864	1.758569	1.876274	1.996979	2.120684	2.248389	2.380094	2.515899	2.655704	2.800009
1.117544	1.234249	1.339954	1.448659	1.560364	1.675069	1.792774	1.913479	2.037184	2.163889	2.294594	2.429299	2.568004	2.710709	2.857414
1.128849	1.253554	1.361259	1.471964	1.585669	1.702374	1.822079	1.944784	2.070489	2.199194	2.331899	2.468604	2.609309	2.754014	2.902719
1.140254	1.272959	1.382664	1.495369	1.611074	1.729779	1.851484	1.976189	2.103894	2.234699	2.369504	2.508309	2.651114	2.797919	2.948724
1.151759	1.292464	1.404169	1.519874	1.639579	1.762284	1.887989	2.016694	2.148499	2.284304	2.424109	2.567914	2.715719	2.867524	3.023329
1.163364	1.312069	1.425774	1.544479	1.668184	1.794889	1.924594	2.057399	2.194204	2.335009	2.479814	2.628619	2.781424	2.938229	3.099034
1.175069	1.331774	1.446479	1.568184	1.694889	1.824594	1.958399	2.096204	2.238009	2.383814	2.533619	2.687424	2.845229	2.997034	3.159839
1.186874	1.351579	1.467184	1.592889	1.721394	1.858399	1.998204	2.142009	2.290814	2.443619	2.599424	2.759229	2.923034	3.090839	3.220644
1.198779	1.371484	1.487889	1.618394	1.750204	1.897209	2.048014	2.200819	2.359624	2.522429	2.689234	2.860039	3.034844	3.211649	3.281449
1.210784	1.391489	1.508594	1.645409	1.780014	1.928019	2.080824	2.239629	2.407434	2.580239	2.757044	2.937849	3.124849	3.302654	3.342254
1.222889	1.411594	1.529309	1.673414	1.811824	1.960824	2.115629	2.281434	2.459239	2.642044	2.829849	3.024649	3.216649	3.403459	3.403059
1.235094	1.431809	1.550124	1.702224	1.845629	1.995629	2.153434	2.323239	2.509044	2.700849	2.898654	3.100449	3.302449	3.504264	3.463864
1.247409	1.452124	1.571049	1.738034	1.881434	2.032434	2.194239	2.368044	2.563849	2.762654	2.968459	3.178249	3.384249	3.605469	3.524669
1.259824	1.472539	1.592074	1.774839	1.919239	2.071434	2.238044	2.417849	2.620044	2.822459	3.034054	3.263049	3.469049	3.706674	3.585474
1.272339	1.493054	1.613214	1.812634	1.958034	2.110634	2.283434	2.473249	2.678849	2.880264	3.092854	3.345849	3.554849	3.808079	3.646279
1.284954	1.513679	1.634459	1.851434	1.998434	2.153034	2.330834	2.530644	2.739249	2.942054	3.155054	3.431649	3.642649	3.910074	3.707084
1.297669	1.534404	1.655814	1.891234	2.040434	2.197634	2.380234	2.589044	2.802449	3.007254	3.221854	3.521449	3.732449	4.012679	3.767889
1.310484	1.555229	1.677279	1.932034	2.084034	2.243634	2.431234	2.649044	2.867649	3.074454	3.305054	3.614249	3.826249	4.115874	3.828694
1.323399	1.576154	1.698864	1.974434	2.128034	2.290034	2.484634	2.719444	2.934849	3.143654	3.391854	3.711049	3.922049	4.219679	3.889504
1.336414	1.597179	1.720579	2.017634	2.174434	2.338434	2.539034	2.791244	2.999249	3.223854	3.481054	3.808849	4.019849	4.323074	3.950309
1.349529	1.618304	1.742804	2.063634	2.222434	2.388834	2.594434	2.864644	3.066044	3.313654	3.573254	3.909649	4.119649	4.427079	4.011114
1.362744	1.639529	1.765129	2.110634	2.271834	2.440234	2.650834	2.931844	3.135249	3.407054	3.668454	4.012449	4.220449	4.531674	4.071919
1.376059	1.660854	1.787554	2.159234	2.321834	2.493634	2.708234	2.999044	3.208449	3.502454	3.765854	4.117249	4.323249	4.637074	4.132724
1.389474	1.682279	1.810079	2.209634	2.373434	2.548434	2.766634	3.067244	3.286849	3.600054	3.867254	4.224049	4.427049	4.742674	4.193529
1.402989	1.703804	1.832704	2.261834	2.426634	2.605234	2.825834	3.136444	3.367249	3.702454	3.971654	4.326849	4.531849	4.849274	4.254334
1.416504	1.725429	1.855429	2.315634	2.481434	2.664034	2.886634	3.207644	3.450044	3.840054	4.079254	4.432649	4.637649	4.956474	4.315139
1.430119	1.747154	1.878254	2.370034	2.537834	2.724834	2.949034	3.280044	3.535249	3.928054	4.180054	4.539449	4.744449	5.064274	4.375944
1.443734	1.768979	1.901179	2.426034	2.595834	2.785834	3.014234	3.354444	3.622449	4.018454	4.282454	4.646249	4.851249	5.172674	4.436749
1.457349	1.790904	1.924204	2.483634	2.655434	2.847834	3.081234	3.430644	3.708044	4.118454	4.387254	4.754049	4.959049	5.281474	4.497554
1.471064	1.812929	1.947329	2.542834	2.716634	2.911834	3.150434	3.508844	3.804044	4.220054	4.492454	4.861849	5.067849	5.391274	4.558359
1.484879	1.835054	1.970554	2.603634	2.780634	2.978034	3.221834	3.589044	3.900044	4.326854	4.600054	4.971649	5.178649	5.502074	4.619164
1.498694	1.857279	1.993879	2.666034	2.846834	3.046434	3.295234	3.670244	3.996844	4.436854	4.712454	5.082449	5.285449	5.613874	4.679969
1.512509	1.879604	2.017304	2.730434	2.916234	3.117034	3.371634	3.753644	4.095244	4.550054	4.826854	5.197249	5.397249	5.726674	4.740774
1.526324	1.902029	2.040829	2.815234	2.988834	3.190834	3.450034	3.818044	4.195244	4.667254	4.944054	5.314049	5.512449	5.839474	4.801579
1.540139	1.924554	2.064454	2.901434	3.064634	3.267034	3.530434	3.886444	4.296844	4.780054	5.058454	5.432649	5.629649	5.953274	4.862384
1.553954	1.947179	2.088179	2.988834	3.142634	3.346634	3.612834	3.960844	4.399244	4.898454	5.178454	5.552449	5.746449	6.068074	4.923189
1.567769	1.969904	2.112004	3.079234	3.223834	3.434034	3.707234	4.036244	4.503644	5.004054	5.294854	5.669649	5.861249	6.183874	4.984004
1.581584	1.992729	2.135929	3.171634	3.308234	3.522634	3.796634	4.126644	4.610044	5.112454	5.409254	5.782449	5.976449	6.300674	5.044809
1.595399	2.015654	2.159954	3.267034	3.395634	3.613034	3.888034	4.222044	4.719244	5.222454	5.524054	5.897249	6.085249	6.418474	5.105614
1.609214	2.038679	2.184079	3.364434	3.485234	3.705434	3.981434	4.322444	4.820044	5.338454	5.640054	6.002449	6.204049	6.537274	5.166419
1.623029	2.061804	2.208304	3.464834	3.578034	3.800834	4.076834	4.426844	4.923644	5.454854	5.756854	6.112449	6.314849	6.656674	5.227224
1.636844	2.085029	2.232629	3.568234	3.673634	3.903234	4.174234	4.536244	5.029244	5.572454	5.872454	6.226849	6.427249	6.776674	5.287629
1.650659	2.108354	2.257054	3.673634	3.772234	4.008634	4.273634	4.649644	5.136844	5.692454	5.988454	6.340049	6.540049	6.897274	5.347934
1.664474	2.131779	2.281579	3.781034	3.873834	4.107034	4.375034	4.766044	5.248444	5.810054	6.104054	6.454849	6.654849	7.018474	5.408339
1.678289	2.155304	2.306204	3.892434	3.977434	4.208434	4.478434	4.876444	5.364044	5.928454	6.218454	6.570049	6.770049	7.140074	5.468744
1.692104	2.178929	2.330929	4.006834	4.084034	4.312834	4.583834	4.992844	5.480044	6.044054	6.336854	6.686849	6.886849	7.262674	5.529149
1.705919	2.202654	2.355754	4.124234	4.193634	4.420234	4.694234	5.110244	5.596844	6.160054	6.454854	6.804049	7.004049	7.386274	5.589554
1.719734	2.226479	2.380679	4.244634	4.306234	4.530634	4.807634	5.232444	5.714044	6.276854	6.572454	6.922449	7.128449	7.510874	5.649959
1.733549	2.250404	2.405704	4.368034	4.421634	4.644034	4.924034	5.356844	5.838444	6.400054	6.692454	7.040049	7.254049	7.636474	5.710364
1.747364	2.274429	2.430829	4.494434	4.539234	4.760434	5.043434	5.483244	5.964044	6.524854	6.818454	7.168449	7.380049	7.762674	5.770769
1.761179	2.298554	2.456054	4.623834	4.660634	4.879834	5.164834	5.613644	6.094844	6.654854	6.948454	7.298449	7.508449	7.889474	5.831174
1.775064	2.322779	2.481379	4.756234	4.785034	4.992234	5.288234	5.746044	6.228444	6.788454	7.078454	7.428449	7.638449	8.017274	5.891579
1.788879	2.347104	2.506804	4.892											

	1%	2%	3%	4%	5%	7%	8%	9%	10%	12%	15%	20%	30%
25	0.779568	0.693231	0.477646	0.273117	0.235203	0.232999	0.184259	0.132946	0.092286	0.058623	0.03279	0.016883	0.008107
26	0.772848	0.593279	0.452095	0.302629	0.261211	0.219810	0.172109	0.125262	0.083983	0.052614	0.028614	0.014712	0.007372
27	0.766404	0.583862	0.431697	0.316817	0.267848	0.226283	0.169929	0.122457	0.078275	0.048684	0.026201	0.012748	0.006325
28	0.760286	0.574371	0.423177	0.333177	0.255964	0.197480	0.151940	0.099148	0.059152	0.031579	0.016924	0.008111	0.004545
29	0.754432	0.564812	0.414316	0.329631	0.242948	0.184527	0.119463	0.067326	0.043021	0.022823	0.011730	0.005347	0.002776
30	0.748823	0.555201	0.411867	0.346319	0.231377	0.172116	0.138267	0.073217	0.047289	0.025328	0.012315	0.005128	0.002692
31	0.743357	0.545542	0.392267	0.298469	0.164233	0.122723	0.092916	0.059148	0.032948	0.016262	0.007922	0.003826	0.001924
32	0.737994	0.535933	0.386337	0.284958	0.249546	0.147411	0.092296	0.067349	0.031284	0.015266	0.007269	0.003512	0.001824
33	0.732695	0.526278	0.377028	0.271091	0.199651	0.116108	0.072251	0.048099	0.018022	0.009343	0.005033	0.002458	0.001212
34	0.727413	0.516582	0.366643	0.263552	0.190233	0.125212	0.062303	0.041264	0.020613	0.010316	0.005128	0.002407	0.001232
35	0.722194	0.506826	0.355523	0.252412	0.181299	0.093963	0.052632	0.034311	0.012319	0.006125	0.003179	0.001511	0.000759
36	0.717097	0.497021	0.343829	0.242427	0.172637	0.087431	0.045272	0.031111	0.008319	0.004125	0.002262	0.001011	0.000510
37	0.712069	0.488111	0.331982	0.232427	0.164128	0.081719	0.038189	0.027866	0.006125	0.002761	0.001412	0.000711	0.000368
38	0.707063	0.479187	0.320226	0.222525	0.154603	0.076433	0.034512	0.024501	0.003916	0.001823	0.000912	0.000412	0.000212
39	0.702063	0.470260	0.308527	0.212621	0.142948	0.071222	0.030789	0.021211	0.002711	0.001212	0.000612	0.000312	0.000162
40	0.697063	0.461310	0.296827	0.202709	0.130216	0.066219	0.027111	0.018111	0.001612	0.000712	0.000312	0.000162	0.000062
41	0.692063	0.452310	0.285128	0.192712	0.117482	0.061212	0.024111	0.015111	0.001112	0.000412	0.000212	0.000112	0.000012
42	0.687063	0.443310	0.273428	0.182712	0.104712	0.056212	0.021111	0.012111	0.000612	0.000212	0.000112	0.000012	0.000012
43	0.682063	0.434310	0.261728	0.172712	0.091912	0.051212	0.018111	0.009111	0.000312	0.000112	0.000012	0.000012	0.000012
44	0.677063	0.425310	0.250028	0.162712	0.079112	0.046212	0.015111	0.006111	0.000212	0.000112	0.000012	0.000012	0.000012
45	0.672063	0.416310	0.238328	0.152712	0.066312	0.041212	0.012111	0.003111	0.000112	0.000012	0.000012	0.000012	0.000012
46	0.667063	0.407310	0.226628	0.142712	0.053412	0.036212	0.009111	0.002111	0.000012	0.000012	0.000012	0.000012	0.000012
47	0.662063	0.398310	0.214928	0.132712	0.040512	0.031212	0.006111	0.001111	0.000012	0.000012	0.000012	0.000012	0.000012
48	0.657063	0.389310	0.203228	0.122712	0.027612	0.026212	0.003111	0.000111	0.000012	0.000012	0.000012	0.000012	0.000012
49	0.652063	0.380310	0.191528	0.112712	0.014712	0.021212	0.002111	0.000011	0.000012	0.000012	0.000012	0.000012	0.000012
50	0.647063	0.371310	0.179828	0.102712	0.001812	0.016212	0.001111	0.000011	0.000012	0.000012	0.000012	0.000012	0.000012

О Г Л А В Л Е Н И Е

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ПОЛИТИКА СТАБИЛИЗАЦИИ В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ УЗБЕКИСТАНА	10
ГЛАВА 2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ В СТРАНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ	45
ГЛАВА 3. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА Б СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	81
ГЛАВА 4. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА В КОММЕРЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ	90
ГЛАВА 5. ОСОБЕННОСТИ ЗАКУПОК В КОММЕРЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	113
ГЛАВА 6. ПОДГОТОВКА И ОФОРМЛЕНИЕ АГРОБИЗНЕС - ПЛАНОВ В КОММЕРЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ	127
ГЛАВА 7. КОММЕРЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА КОЛХОЗА "АЛГА"	148
ГЛАВА 8. АНАЛИЗ БЮДЖЕТА ХОЗЯЙСТВА "ТАШАУЛ"	162
ГЛАВА 9. КОММЕРЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: СИТУАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ЗАДАЧИ ПО СЕЛЬСКОМУ ХОЗЯЙСТВУ	198

ГЛАВА 10. ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	229
ЛИТЕРАТУРА.....	255
ГЛОССАРИЙ.....	259
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	267
ОГЛАВЛЕНИЕ	277

На основе обобщения принятых Всемирным Банком методов подготовки, экспертизы и реализации инвестиционных проектов, предоставляется возможность непосредственно ознакомиться с опытом, накопленным Банком за годы его функционирования.

В первом разделе рассмотрен подход Всемирного Банка к кредитным операциям, анализу и обоснованию инвестиционных возможностей стран-членов Банка, представлены концепция и методы проектного анализа и рассмотрены суть и предпочтительный подход к изучению инвестиционных проектов и их результатов.

Во втором разделе описаны стадии подготовки проекта и представлены характеристики основных аспектов экспертизы, используемых при изучении инвестиционных проектов. Всесторонне раскрыта процедура разработки бизнес-плана.

**ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ: Коммерция. Бизнес.
Бизнес-план. С.С. ГУЛЯМОВ - Ташкент: ТашГАУ, 1997 г.**

В материалах пособия изложены основные концепции и ключевые понятия, используемые в коммерческом анализе, т.е. маркетинг, менеджмент, бизнес-план, анализ рынка, сегмент и ниша рынка, анализ конкурентов, организация и проведение Международных конкурсных торгов посредством организации тендеров. Представлены

Наряду с изложением основополагающих принципов и характеристик менеджмента, описанием организационных структур и всесторонним анализом функций менеджмента, рассмотрены вопросы становления и развития менеджмента, формирования стиля управления, анализа роли и места кадров в эффективном управлении, выбора стиля менеджмента, сущности и содержания организационной культуры. Особое значение придается вопросам разработки технологии процесса управления и принятию управленческих решений. В работе приведены примеры использования менеджмента в системе АПК и предложена методика оценки экономической эффективности систем менеджмента.

МАШИНАСОЗЛИК КОРХОНАЛАРИНИНГ МИКРО-ИКТИСОДИ. С.С.ГУЛОМОВ, М.И.ТОШНИЕЗОВ

- Тошкент, ТошДАУ - 1997.

Ушбу дарсликда илк бор машинасозлик корхоналарини микронктисодига тегишли машинасозликни халк хужалигидаги ахамияти ва урни, Ўзбекистоннинг бозор иктисодига утиш йули, ижтимоий ишлаб чиқаришни ташкил қилиш шакллари, мулкчиликка оид тушунчалар ва чет инвестициялари каби масалалар уз аксини топган. Шу билан бирга корхоналарнинг асосий фондлари ва айланувчи воситалари, мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш, тадбиркорлик, солиқ тизими, корхоналарнинг илмий ва техникавий таракқиети, маркетинг ва менеджментни корхоналар фаолиятидаги ахамияти, меҳнатни илмий ташкил этиш, иш хақи ҳамда корхонанинг хужалик ҳисоби тугрисида тула маълумот берилган.

УДК 633.512

**ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ: КОММЕРЦИЯ. БИЗНЕС.
БИЗНЕС-ПЛАН. С.С.ГУЛЯМОВ - Ташкент, ТашГАУ, 1997 г.**

В данной работе производится обобщения с изменениями, происходящими в агроинвестиционной политике Республики, содержание которых дает возможность получить информацию о целях, задачах и методах коммерческого аспекта проектного анализа.

В материалах пособия изложены основные концепции и ключевые понятия, используемые в коммерческом анализе, т.е. маркетинг, менеджмент, бизнес-план, анализ рынка, сегмент и ниша рынка, анализ конкурентов, организация и проведение Международных конкурсных торгов посредством организации тендеров, и представлены материалы по разработке проекта колхоза "Алга".

При подготовке этого модуля был учтен опыт предшествующих программ подготовки преподавателей (Вашингтон, ИЭР Всемирного банка, 1994 г.) и подготовки специалистов (Ташкент, ТашГАУ, 1994-96 гг.)

В новое издание включены следующие материалы: Бюджет фермерского хозяйства "Ташауя", разработанный слушателями семинара "Проектный Анализ Инвестиций" и Нормативные документы об иностранных инвестициях, которые дают читателю более ясное представление о Коммерческом анализе.

Данная работа рассчитана на специалистов министерств и ведомств, преподавателей и студентов ВУЗов, занимающихся анализом и обоснованием инвестиционных проектов.

Работа составлена и разработана выпускниками ИЭР Всемирного банка во главе с академиком С.С.Гулямовым, Шибаршиной Л.И., Ибрагимовым М.Я., Мамарасуловым Х.К., Асилбековым Т.П., Осиповым Р.А., Расуловой М.Т., Эргашевой И.Т., Холмираевым Н.А., Досовым Б.Г.

Рецензент: академик АН РУз Кабулов В.К.

**INVESTMENT PROJECT: COMMERCIAL. BUSINESS.
BUSINESS PLAN. Gulyamov S.S. Tashkent 1997 y.**

In the given work, experience of WB in preparation and organisation of Commercial analysis is enriched, and also explains the existing experience in his Sphere from Specialists of FSU. Content of this gives possibility of receiving information about objectives, problems and methods of Commercial analysis.

This Book Comprises of Basic concepts and Key issues which are used in Commercial analysis i.e. marketing, Management-Business plan, Analysis of Market. During the preparation of this module taking into Consideration of the former Seminar.

In the new edition following materials are included: Budget of a farm "Tashaul", developed by the students of a seminar "Project analysis of the investments" and normative documents, which give the reader clearer representation about the Commercial analysis.

This Book was prepared by EDI Graduates lead by Mr. Gulyamov S.S., Shibarshova L.I., Ibragimov M.Y., Mamarasulov H.R., Asilbekov T.P., Osipov R.A., Rasulova M.T., Ergasheva I.T., Kholmiraev N.A., Dosov B.G.

Reference: Academician Kabulov V.K.

©ТашГАУ, 1995

©ТашГАУ, 1997

Зак. № 452. Тир. 220.
Отпечатано в типографии ГФНТИ.
г.Ташкент, ул. Алмазар 171.