

Р-63

В. Ф. КОМАРОВ Е. В. КОЛУГА
А. Т. ЮСУПОВА

АРЕНДА

ЛИЗИНГ

Фирменный
СЕРВИС

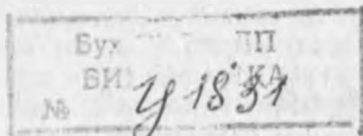


«НАУКА»
СИБИРСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ

02.912/ K-63
В.Ф. КОМАРОВ Е.В. КОЛУГА
А.Т. ЮСУПОВА

АРЕНДА ЛИЗИНГ Фирменный СЕРВИС

Ответственный редактор
кандидат экономических наук
Г.В.Гренбэк



НОВОСИБИРСК
"НАУКА"
СИБИРСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ
1991

ББК 65.9(2)
К63

Рецензенты

доктор философских наук *И.С. Ладенко*
доктор экономических наук *В.Д. Смирнов*

Комаров В.Ф. и др.

К63 Аренда. Лизинг. Фирменный сервис / В.Ф. Комаров, Е.В. Колуга, А.Т. Юсупова. — Новосибирск: Наука. Сиб.отд-ние, 1991. — 129 с.
ISBN 5—02—029831—X.

В книге рассказывается о новых формах хозяйственных отношений между изготовителями и потребителями сложных промышленных изделий. Рассматриваются источники эффективности применения этих форм, анализируются условия, для которых предпочтительна та или иная форма хозяйственных отношений. Авторы подробно излагают зарубежный и отечественный опыт, широко используют данные имитационных экспериментов, полученные при проведении проблемных деловых игр на предприятиях Сибири.

Книга предназначена для хозяйственных руководителей, ученых-экономистов, специалистов по управлению производством.

0605010000—224

К 137—91 II полугодие
042(02)—91

ББК 65.9(2)

ISBN 5—02—029831—X

© Издательство "Наука", 1991

ВВЕДЕНИЕ

Любая совместная деятельность людей основывается на договоренностях. Хозяйственные отношения тем более реализуются посредством договоров, в которых фиксируются предмет сделки, обязательства сторон, другие условия. При этом не имеет значения, оформлен ли договор юридически или он только подразумевается.

Основное хозяйственное отношение — это отношение (договор) купли-продажи. Формула “товар—деньги—товар” отражает самое массовое отношение двух субъектов хозяйственной системы производителя и потребителя товара. Производитель (или владелец) товара продает, а потребитель покупает товар. В результате происходит смена собственности. На этом взаимодействие сторон прекращается.

Значительно реже в экономической литературе рассматривается сущность договоров другого типа, а именно договоров, когда после сделки по перемещению товара у сторон сохраняются взаимные обязательства. Существует много примеров таких отношений:

- выполнение гарантийных обязательств предприятием—изготовителем изделия;

- фирменный сервис (обслуживание) машин или сложных устройств, включая принудительную замену узлов и агрегатов после наработки ими определенного количества часов (последнее практикуется в отношении самолетов);

- предоставление потребителю не только изделия, но и набора дополнительных услуг (по обучению кадров, снабжению запчастями или эксплуатационными материалами и т.п.);

- обезличенный ремонт техники или приборов (так ремонтируют, например, некоторые сельхозмашины, двигатели автомобилей, часы для населения);

- абонементная форма обслуживания потребителей техники (например, владельцы телевизоров перечисляют мастерской фиксированную периодическую плату, а мастерская устраняет неисправности аппарата в случае их возникновения, не взимая за это дополнительной платы);

- прокат музыкальных инструментов, туристического снаряжения, посуды, мебели, инвентаря и т.п.;

- предоставление в аренду помещений, машин или приборов;

залоговые формы договорных отношений, когда залог назначается в обеспечение возврата изделия после окончания использования его у потребителя (примером этих отношений в быту является залог за стеклотару);

предоставление услуг библиотеками, информационными или справочными службами;

пользование жильем (государственный фонд) или общежитиями;

встречная торговля при покупке у населения лекарственных трав, продуктов подсобного хозяйства или макулатуры и др.

Можно выделить три главных признака, характерных для рассмотренных типов договорных отношений:

а) смена форм собственности на товар или предмет сделки, как правило, не происходит вообще или происходит частично;

б) после передачи товара потребителю сохраняются разнообразные обязательства сторон по поводу этого товара;

в) обязательным условием договора является фактор времени, т.е. продается как бы часть срока службы товара, иногда — гарантированный эффект, в некоторых случаях — рабочее время или даже сама работа изделия.

Такие отношения между участниками договора имеют большой экономический смысл. Ведь если речь идет о предметах многолетнего или длительного пользования, то для потребителя важно время эффективной работы изделия, а не факт обладания им^{*}. Целесообразность договоров с обязательствами вытекает также из того, что в современных условиях затраты на эксплуатацию многих сложных изделий составляют до 95 % от совокупных затрат на их производство, доставку к потребителю и эксплуатацию. Следовательно, экономия в сфере эксплуатации изделия даст существенно больший эффект, чем поиск резервов в сфере производства (хотя именно это более всего занимает экономическую науку).

Среди договоров с обязательствами можно выделить две базовые формы: 1) договоры по фирменному сервису (его зачастую называют машиносервисом, заводским сопровождением продукции, техническим обслуживанием продукции и т.п.) и 2) договоры аренды, проката, залога.

Фирменный сервис при его нормальном функционировании, дает огромные экономические выгоды. Профилактика как принцип предупреждения поломок сокращает общие издержки на ремонт и восстановление изделий, но еще большая роль профилактики заключается в сокращении простоев изделий, машин, механизмов, приборов. В условиях усложнения технических средств (а эта тенденция будет усиливаться) возрастает значение квалифицированной эксплуатации. Имеется в виду соответствие подготовки кадров уровню техники, умелое применение всех режимов работы, комплектация техники сопутствующими устройствами и приспособлениями и т.д. Наконец, участие изготовителя в эксплуатации своей

* В свете этого положения, кстати, совершенно непонятно, почему столь незначительны сейчас сроки гарантийного обслуживания техники: если срок службы предмета (например, автомобиля) составляет 7 лет, то почему предприятие-изготовитель несет ответственность только за 1—2 года эксплуатации?

продукции позволяет накопить статистику неисправностей, выделить эффективные условия работы изделия и определить пути его совершенствования с учетом пожеланий пользователей. Наличие обратной связи — важнейший канал поступления информации к разработчикам и изготовителям новой техники. Необходимость такой связи обуславливается следующими обстоятельствами. При разработке новых изделий крайне важно точно знать эффективные условия их эксплуатации. В противном случае неизбежны ошибки с последующими экономическими потерями. Так, по данным зарубежных источников [Хилл, 1973; Эберт, Томас, 1975] ошибка "стоимостью" в 1 дол., допущенная и не выявленная на этапе НИР, вызывает потери 10 дол. на этапе ОКР, 100 дол. на этапе производства и 1000 дол. на этапе эксплуатации изделия. Отечественные исследования в области электронных приборов [Лебедев, 1977] показали, что 50—60 % отказов обусловлено ошибками при конструировании из-за недостаточного учета реальных условий эксплуатации приборов.

Имеет целый ряд экономических преимуществ по сравнению с договорами купли-продажи и аренда, как форма хозяйственных отношений, позволяющая:

- меньшим количеством предметов удовлетворять потребность большего числа предприятий или отдельных лиц в машинах, оборудовании, устройствах и приборах;

- применять высокопроизводительную и дорогую технику для решения эпизодических производственных задач (для выполнения ремонтных, сезонных, подготовительных и других подобных работ);

- ускорить обновление производственного аппарата и, в частности, внедрение новой техники (аренда новинок связана с меньшим риском, чем приобретение их в собственность; кроме того, при быстрой сменяемости марок и типов машин аренда позволяет "не завязнуть" в приобретенных моделях, а оперативно следовать за достижениями технического прогресса);

- распространять передовую технологию на мелкие предприятия, для которых дорого покупать машины;

- более интенсивно эксплуатировать машины до наступления срока их морального старения;

- применять оптимальные методы экономической оценки полезности применения техники, ибо арендная плата, как плата за час полезной работы, лучше отражает экономический смысл расчетов по принципу "за конечный результат";

- использовать более эффективные формы соединения работника со средствами производства.

В развитых странах в последнее время аренда технических средств производственного назначения получает все большее развитие. Появилась целая сеть так называемых лизинговых учреждений, т.е. учреждений имущественного кредита. Это, как правило, посреднические фирмы (или филиалы крупных промышленных предприятий), которые скупают у изготовителей технику и сдают ее в аренду. Имеются разные формы лизинга. В одних случаях арендатор после выплаты всей стоимости изделия становится его

владельцем (понятно, что для него изделие обходится дороже, чем если бы он сразу заплатил за него полную стоимость), в других — изделие находится в собственности лизинговой фирмы вплоть до полного разрушения. Все участники хозяйственных отношений получают в данном случае положительный эффект. Производитель техники имеет гарантированный сбыт в лице лизинговой фирмы; лизинговое учреждение доход за счет надбавок к цене изделия; потребитель получает возможность с меньшими затратами использовать изделие и минимизировать риск. В последние годы в США в общем объеме капитальных вложений, направляемых на приобретение новой техники, четвертая часть расходуется фирмами-производителями на аренду машин и механизмов у лизинговых фирм.

В нашей стране эта схема обеспечения предприятий оборудованием не получила достаточного распространения. Между тем данные обследования нескольких прокатных учреждений г. Новосибирска свидетельствуют о высокой эффективности лизинга. Так, Новосибирское территориальное управление Запсибмашкомплект практикует прокат приборов. Годовой объем услуг достигает 3 млн руб. Применение этой формы снабжения предприятий позволило в три раза уменьшить спрос на приборы (что видно из заявок предприятий на поставку новых приборов до и после организации проката), снизить издержки предприятий на содержание парка приборов, повысить культуру метрологической работы (за приборами наблюдают квалифицированные специалисты Запсибмашкомплекта). Аналогичные результаты наблюдаются в Сибирском отделении АН СССР, где также применен прокат научных приборов.

Опыт работы Новосибирского городского управления проката предметов бытового назначения также свидетельствует о высокой эффективности данной формы хозяйственных отношений. Годовой объем услуг этого управления достигает почти 3 млн руб., имеет место высокий темп роста объема услуг, многие находящиеся в прокате изделия многократно окупили себя (например, за некоторые швейные машинки службы проката получили суммарную арендную плату, равную 40 первоначальным стоимостям этих машинок), удалось снизить спрос на многие предметы. Вместе с тем резервы применения аренды в производственной сфере и проката — в бытовой пока не используются. Перспективным представляется прокат квартир по рыночным ценам (это в какой-то мере решит проблему жилья для тех групп населения, которые готовы в течение некоторого срока платить повышенную плату за проживание), прокат персональных компьютеров, видеомагнитофонов и видеофильмов, организация платных библиотек с достаточными фондами острodeфицитных книг, прокат автомобилей, дачной мебели, морозильников и т.п.

Широкое развертывание в нашей стране предпринимательской деятельности делает актуальным развитие аренды средств производства. Следует ожидать в ближайшее время создания акционерных, кооперативных, государственных и частных лизинговых учреждений, которые будут решать вопросы предоставления в аренду средств производства при одновременном кредитовании клиентов

деньгами с тем, чтобы участвовать затем в доходах арендатора или получать в будущем повышенную плату за предоставленные услуги.

Особого рассмотрения заслуживает проблема соединения работника и средств труда на основе арендных отношений. В последние 2—3 года в стране получили стремительное развитие две формы арендных отношений: аренда предприятий и арендный подряд. Суть арендного подряда сводится к тому, что подрядный коллектив (бригада, участок, цех) все средства производства берет у предприятия в аренду, т.е. выплачивает собственнику имущества не просто амортизацию или плату за фонды, а настоящую арендную плату. Поскольку зарплата в подрядном коллективе формируется по остаточному принципу, то коллектив заинтересован брать оборудование и другое имущество только на время выполнения работы, другими словами, как бы покупать полезный фонд работы оборудования, что и ведет лучшему использованию техники. Имеющиеся примеры внедрения аренды подтверждают это. Так, при организации хозрасчетных звеньев в экспериментальном колхозе Алтайского края (руководитель эксперимента В.Д.Смирнов) благодаря арендным отношениям звено механизаторов снизило свои заявки на запчасти и материалы на 30 %, отказалось от лишних машин. Аналогичные результаты были получены в Ставропольском крае: на 30 % снизились заявки колхозов на сельскохозяйственную технику.

Интересные экономические результаты были получены при изучении опыта перехода на арендный подряд транспортного цеха Новосибирского оловокомбината. Водители самосвалов увеличили свой рабочий день, отказались от многих услуг ремонтников, сократили аппарат управления. Если раньше они с трудом выполняли регламентные (технологические) перевозки, то теперь сами искали заказы. Месячный заработок многих водителей увеличился до 1,5 тыс. руб. Главное же, арендный подряд полностью решил для комбината транспортную проблему.

Еще более значительными экономическими результатами характеризуется аренда предприятий. В течение 1987—1990 гг. идея аренды предприятий получила столь широкое распространение, что сейчас трудно представить себе совершенствование хозяйственного механизма без этого важного вида экономических отношений. Многие ученые и практики связывают надежды на преодоление экономических трудностей в нашей стране с широким применением арендных отношений в промышленности, сельском хозяйстве, на транспорте и т.д. Об этом свидетельствует тот факт, что среди первоочередных законов СССР, регламентирующих хозяйственную практику, первыми были приняты «Основы законодательства СССР и союзных республик об аренде» (ноябрь 1989 г.). Представляется, что столь масштабное воздействие на общественное сознание идей аренды — свидетельство глубинных экономических преимуществ аренды как формы хозяйственных отношений.

Аренда предприятий применялась в отечественной практике еще в период нэпа. К сентябрю 1922 г. в РСФСР примерно 4 тыс. предприятий работало на аренде. Численность работающих на этих

предприятиях достигла 70 тыс. чел. К 1929 г. аренда предприятий была запрещена.

В современный период аренда предприятий возродилась в конце 80-х годов. К началу 1990 г. по данным Госкомстата СССР на условиях аренды работало 1099 предприятий в промышленности, 655 — в строительстве, 931 — в розничной торговле, 926 — в сфере общественного питания.

Одним из первых в марте 1988 г. на аренду перешел Бутовский комбинат строительных материалов [Материал..., 1988], которым в то время руководил известный менеджер, народный депутат СССР М.А. Бочаров. Перевод этого комбината на аренду проводился по методике В.М. Рутгайзера [1990]. В течение одного года комбинат добился высоких экономических результатов: объем производства увеличился на 28,1 %, прибыль — на 163 %, выработка на одного работающего — в 1,3—1,5 раза; впервые за 15 лет себестоимость кирпича стала ниже его розничной цены.

Фактором эффективной работы арендных предприятий является, прежде всего, изменение в отношениях собственности. Если на государственном предприятии члены его трудового коллектива ощущают себя наемными работниками (для которых главное — зарплата), то на арендном предприятии работники в какой-то степени становятся его хозяевами (частью имущества они распоряжаются на правах аренды, а вновь созданным имуществом — на правах собственника). Аренда является способом выкупа предприятия у государства. В этом своем качестве аренда помогает решить задачу приватизации предприятий, что является необходимым условием введения в нашей стране рыночных отношений.

Как видим, в отличие от договоров купли-продажи договоры с продолженными обязательствами сторон формируют новые (по сути своей, арендные) схемы в отношениях собственности по поводу предмета хозяйственной сделки и на этой основе позволяют эффективно согласовывать экономические интересы хозяйствующих субъектов. Другими словами, существует объективная закономерность в сфере хозяйственных отношений: сохранение взаимных обязательств участников сделки (после факта ее свершения) по поводу какого-то имущества всегда формирует разнообразные схемы арендных отношений (иногда слабые, чуть наметившиеся, в других случаях — полные, в виде классической аренды), что является важным фактором эффективного использования этого имущества.

Необходимо не только понять сущность многих форм хозяйственных отношений (например, продажи в рассрочку, абонементного обслуживания, обезличенного ремонта и др.), их истинную экономическую природу, но — и это главное — конструировать новые эффективные схемы хозяйственных связей. Задача экономической науки состоит в том, чтобы объяснять явления практической жизни, прогнозировать их последствия, проектировать новые формы хозяйствования.

В работах известного советского специалиста, лауреата Нобелевской премии Л.В. Канторовича содержатся интересные для наших исследований выводы. При расчетах оптимального плана производ-

ства он предложил применять показатель прокатной (арендной) оценки оборудования. В математической модели автоматически формировалось условие о том, что любое оборудование как бы арендуется предприятием у общества. Только при таком условии можно получить действительно наилучший план производства. "При решении вопросов, связанных с использованием оборудования, необходимо учитывать сам факт занятости этого оборудования при производстве данной продукции или данного вида работ, вводя в расчет прокатную оценку оборудования. Величина ее, равная экономии труда, которую дает дополнительная единица оборудования в оптимальном плане, определяется всеми конкретными условиями: объектом и видами работ, подлежащих выполнению, наличием этого вида оборудования и пр." [Канторович, 1960, с. 108]. Л.В.Канторович считает, что "анализ и планирование работы предприятий с использованием прокатных оценок оборудования ориентировали бы их на оптимальный режим функционирования. Предприятия и стройки старались бы сохранить переместимые средства только на тот период, когда они могут быть полностью загружены, и стремились бы организовать работу так, чтобы по возможности сократить этот период" (Там же, с. 111). Нам представляется, что если бы и на практике машины и механизмы предоставлялись строительным организациям в аренду, то удалось бы достичь того эффекта, о котором говорит Л.В. Канторович.

В той же работе автор констатирует: "Мы употребляем термин прокатная оценка, так как это есть оценка той платы, которая была бы оправдана, если бы такая машина бралась на некоторый срок напрокат (в аренду). Можно ее рассматривать как ренту с оборудования, которую мы хотя и не оплачиваем, но исчисляем ее возможный размер. Впрочем, нам представляется, что ее следовало бы отразить и в хозрасчете" (Там же, с. 102).

Об этом же свидетельствует и тот факт, что эффективность любых хозяйственных решений в товарной экономике традиционно оценивается на основе показателя среднего ссудного процента. Ведь при этом неявно предполагается, что любое имущество обладает как бы "кредитным (прокатным) свойством", может быть (хотя бы и мысленно) предоставлено в аренду.

Представляется, что "легализация" аренды, внедрение ее различных форм в практику позволит использовать истинные экономические оценки не для модельных расчетов, а для нормальных отношений между хозяйствующими субъектами. Тогда показатели "арендная плата" или "прокатная оценка" смогут оказывать на экономику такое же сильное воздействие, которое оказывает сейчас показатель "ссудный процент".

Разработка новой теории экономических отношений, основанных на различного типа арендных договорах, требует трудоемких фундаментальных и прикладных исследований. Мы не имели возможности выполнить такие исследования в полном объеме. В центре нашего внимания по разным причинам оказались лишь отдельные фрагменты этой теории, а также некоторые вопросы ее практи-

ческого применения. Результаты разработки этих вопросов мы и приводим в данной книге.

Исследования проводились с использованием игровых имитационных моделей*. Выбор данного исследовательского инструментария обусловлен тем обстоятельством, что многие обсуждаемые типы хозяйственных отношений не существуют в экономической практике. Выполнялись и натурные наблюдения за отдельными аспектами функционирования различных арендных схем хозяйственных отношений (обследовались пункты производственного и бытового проката; изучались примеры арендного подряда; анализировалась практика обезличенного ремонта, фирменного сервиса, абонентного обслуживания; разрабатывались и внедрялись договоры с продолженными обязательствами по поводу различного имущества производственного назначения). Практика применения лизинга изучалась по литературным источникам.

Первая глава книги содержит результаты исследования вопросов аренды предприятий. Это исследование выполнено с использованием проблемной деловой игры "Аренда". В этой же главе приведено описание игровых имитационных экспериментов с различными схемами залоговых отношений. Вторая глава посвящена вопросам лизинга. Этот материал обобщает в основном зарубежный опыт применения новых форм хозяйственных отношений. Третья глава написана по результатам исследования вопросов фирменного сервиса сложных изделий на базе компьютерной имитационной модели.

* Методология применения игрового имитационного моделирования в научных исследованиях подробно излагается в работах [Комаров, 1989; Комаров и др., 1987].

Глава I

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОПРОСОВ АРЕНДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ И СВОЙСТВ ЗАЛОГОВОЙ СХЕМЫ ОТНОШЕНИЙ

1.1. РОЛЬ АРЕНДНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИ ПЕРЕХОДЕ К РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Вопросы аренды предприятий исследовались нами в течение 1987—1990 гг. На первом этапе был выполнен анализ основных направлений экономической реформы. При этом были выделены те ключевые преобразования, которые осуществляются при переходе хозяйства к рыночной экономике. На втором этапе уточнялось место аренды в ряду других форм хозяйственного управления предприятиями. На третьем этапе была разработана проблемная деловая игра (ПДИ) “Аренда”, с помощью которой исследовались вопросы перехода на аренду государственных предприятий. Остановимся подробнее на содержании каждого из этих этапов.

Анализ основных направлений экономической реформы выполнялся в такой последовательности. Сначала были выявлены и систематизированы устойчивые черты, присущие нашей экономике. Затем были определены причины, их порождающие. Изучение этих причин позволило выделить основные принципы экономической реформы и на этой основе определить контуры новой экономической системы.

В настоящее время для экономики нашей страны характерны такие негативные явления, как:

дефицит товаров народного потребления, продукции производственно-технического назначения, капитальных вложений, трудовых и финансовых ресурсов. Можно сказать, что дефицит — это ключевое слово, характеризующее нашу экономику;

замедление темпов развития;

недостаточные темпы внедрения достижений научно-технического прогресса;

рост объемов незавершенного строительства;

низкая производительность труда по сравнению с развитыми странами (особенно в пересчете на единицу конечной продукции);

большие запасы товарно-материальных ценностей на предприятиях страны, включая запасы неустановленного (отечественного и импортного) оборудования;

низкий уровень жизни и элементы социального неравенства;

плохое качество продукции, устаревший производственный аппарат и пр.

Перечисленные факты имеют место в любой централизованно управляемой экономике. Наиболее полное их исследование, по нашему мнению, выполнил венгерский экономист Я. Корнай в книге "Дефицит".

Интересное исследование провел известный советский экономист В.В. Новожилов [1926]. Он рассмотрел вопрос о том, нельзя ли использовать дефицит (как устойчивое свойство системы) для построения рациональной схемы управления экономическими процессами. Казалось бы, дефицит обладает такими привлекательными качествами, как отказ от необходимости думать о сбыте (что ни произведешь, все купят, не обращая внимания на качество), отсутствие ограничений для роста предприятий, сильный мотивационный фактор в поведении хозяйствующих субъектов (тот, кто обладает дефицитом, тот обладает экономической властью) и др. Однако анализ показал, что рационально управлять хозяйством через дефицит нельзя. Такое управление с неизбежностью приведет к развитию неэкономических отношений между предприятиями и органами управления, к затратной экономике (несмотря на высокие издержки, продукция всегда находит сбыт), к искажению действия объективных экономических законов и прежде всего закона стоимости (что, в свою очередь, ведет к коррупции, спекуляции, натуральному обмену), к превращению в конечном счете всего народного хозяйства в одну большую фабрику, управляемую из единого центра, с большим количеством контролеров, учетчиков, плановиков, распорядителей и т.п.

В литературе встречаются различные объяснения негативных черт, присущих нашей экономике. Некоторые авторы считают, что они являются следствием неблагоприятной демографической ситуации (сейчас в активный возраст вступают дети тех, кто родился во время войны, а поскольку рождаемость тогда была низкой, то сейчас мал прирост трудовых ресурсов). Существует мнение, что мы исчерпали удобные месторождения природных ресурсов, и за каждой тонной нефти приходится идти все дальше на север, за каждой тонной угля спускаться все глубже под землю.

Все эти объяснения представляют собой лишь осложняющие условия, но не главную причину накопившихся в экономике проблем. Причина, по нашему мнению, заключается в недостатках долгое время действовавшего (и во многом сохранившегося сейчас) хозяйственного механизма, основанного на национализированном, государственном владении средствами производства, на строго централизованном планировании и управлении хозяйственной деятельностью. Этот хозяйственный механизм имеет следующие недостатки:

а) централизованное планирование производства (каждому предприятию предписывается, какую продукцию изготовить и кому ее поставить);

б) бесплатность капитальных вложений и многих других ресурсов, получаемых из централизованных источников;

в) лимитно-фондовое снабжение оборудованием, материалами;

г) неразвитость денежных отношений и прежде всего отсутствие даже внутренней конвертируемости рубля (различаются деньги наличные и безналичные; нельзя взять деньги из одной статьи сметы затрат и истратить их по другой статье; отсутствие взаимозаменяемости фондов экономического стимулирования и т.п.);

д) многоступенчатость и сложность управления, когда любое сколько-нибудь важное решение можно принять только на уровне министерства. Это затягивает процесс принятия решения, размывает ответственность, зачастую лишает решение необходимой сбалансированности и системности;

е) единая тарифно-окладная система оплаты труда;

ж) затратное ценообразование и монополизм ведомств.

Этот список можно было бы продолжить. Мы не будем делать этого, чтобы не перегружать изложение. Остановимся лишь на одном весьма существенном дефекте хозяйственного механизма, а именно на системе лимитно-фондового снабжения. В соответствии с правилами, установленными Госснабом СССР, заявки на ресурсы составляются за два года до момента поставок, когда многие условия производства не определены. Они удовлетворяются, как правило, в сокращенном объеме. Производственники знают об этом и заранее завышают объемы необходимых им ресурсов. В результате, размер поставляемых по фондам ресурсов почти всегда не совпадает с реальной потребностью предприятия. Все полученные фонды предприятие старается "отоварить", включая те случаи, когда данный ресурс по каким-то причинам не нужен. Так происходит увеличение запасов. "Бесплатность" централизованных капитальных вложений, распределяемых на основе лимитов, служит причиной роста объема незавершенного строительства. Неотвратимость роста "незавершенки" обусловлена также прямой заинтересованностью строителей иметь как можно более широкий фронт работ (в этих условиях легко выполнить план "по валу", не вводя при этом готовых объектов в эксплуатацию). Вообще, распределение сырья, материалов, оборудования по фондам и лимитам напрямую не связано с результатами работы предприятия, а зависит от множества внеэкономических факторов: "пробивной способности" директора или снабженца, наличия связей, умения оказать услугу "нужному" человеку и т.д. В силу названных обстоятельств постоянно нарушается пропорциональность нашей экономики, до нуля снижается заинтересованность трудовых коллективов в экономном хозяйствовании.

Новый хозяйственный механизм управления, по нашему мнению, должен базироваться на следующей фундаментальной предпосылке. Человечество знает только три способа управления работником (все равно — индивидуальным или коллективным), которые условно можно назвать "принуждение", "побуждение", "убеждение". Эти способы управления иногда называют "кнутом", "пряником", "словом". В зарубежной литературе сейчас широко обсуждается аналогичная триада управления: "иерархия", "рынок", "культура". Отечественные экономисты называют эти методы управления соот-

ветственно "административными или прямыми", "экономическими или косвенными", "социально-психологическими или идеологическими".

Эффективность применения "кнута" или "пряника" зависит от качества работника (от его культурного уровня, сознательности, склонности к труду). В странах с развитой рыночной экономикой сейчас все большее внимание уделяется человеческому фактору. Опыт этих стран показывает, что через развитие производственной демократии (ее часто называют "демократией на рабочем месте"), "выращивание" фирменной культуры или корпоративного патриотизма, создание "кружков качества" или "кружков соучастия в управлении" можно без дополнительных финансовых затрат резко повысить производительность и качество труда [Питерс, Уотермен, 1985].

Анализ рассмотренных выше дефектов действующего у нас хозяйственного механизма свидетельствует о полном отсутствии в нем экономических и, вследствие этого, — социально-психологических методов управления. Поэтому новый хозяйственный механизм должен преимущественно содержать в себе методы "побуждения" к эффективному труду. При этом не следует упускать из виду и вопросы "выращивания" новой производственной культуры.

В основу нового хозяйственного механизма, по нашему мнению, необходимо положить следующие принципы:

- а) полная самостоятельность предприятий как свободных товаропроизводителей;
- б) формирование плана предприятия как суммы заказов;
- в) применение остаточного метода формирования фондов оплаты труда в условиях самокупаемости затрат и самофинансирования программ развития;
- г) самоуправление трудового коллектива.

Рассмотрим эти принципы подробнее.

Рыночная экономика не может существовать без свободного ценообразования. Именно равновесная рыночная цена регулирует и согласовывает поведение потребителей и товаропроизводителей. При этом должны существовать (на условиях свободного ценообразования) по крайней мере четыре рынка: товаров, труда, капиталов, валюты. Только в этом случае под воздействием спроса и предложения происходит перелив производительных сил из одной сферы экономики в другую, и на этой основе обеспечивается саморегулирование хозяйственной системы.

С учетом данного положения первый принцип нового хозяйственного механизма — "полная самостоятельность предприятий" — означает отказ от административного подчинения, ликвидацию ведомственной зависимости. Предприятию в своей деятельности необходимо руководствоваться только законами и договорными обязательствами. Централизованное управление должно осуществляться экономическими методами: через налоги, проценты за кредит, льготы и экономические санкции.

На уровне государственного управления необходимо решить сложнейшие вопросы конвертируемости рубля, сбалансированности бюджета, валютного регулирования и др.

Самостоятельность товаропроизводителей предполагает их высокую экономическую ответственность. Нерентабельные, убыточные, производства должны автоматически самоликвидироваться. Одновременно с этим регулируемая государством экономическая среда должна содержать условия для беспрепятственного и быстрого создания новых производств как за счет перепрофилирования действующих заводов (по их собственной воле и только в силу хозяйственного интереса), так и за счет регистрации по упрощенным правилам новых предприятий.

Второй принцип нового хозяйственного механизма можно выразить формулой “план — это сумма заказов”. Реализация этого принципа позволит радикально изменить экономическую ситуацию в стране, ввести совершенно иные, эффективные отношения между производителем и потребителем продукции. Действительно, если “план — это сумма заказов”, то предприятие будет делать продукцию не для вала, не для отчета, а для заказчика. В результате должна исчезнуть “работа на склад”. Если заказчик не принял изделие, то изготовитель не имеет выручки, заработной платы и прибыли. В этих условиях зачастую нет необходимости держать на предприятии мощные службы технического контроля. Качество продукции оценит сам заказчик. При этом качество может отличаться от требований ГОСТа, если оно устраивает заказчика, и это правильно — ГОСТ не может предусмотреть всего разнообразия реальных условий.

При централизованном планировании любое изменение планов на предприятии (даже если это изменение устраивает заказчика) требует согласований на уровне министерств, а зачастую и в центральных плановых органах. Эти согласования отнимают много времени, хотя по сути своей совершенно бессмысленны: ведь если изготовитель и заказчик согласны на изменение сроков или иных условий поставки изделия, кому еще может быть до этого дело?

На других условиях необходимо размещать и государственные заказы. Они должны быть выгодными предприятию, т.е. сопровождаться льготами и распространяться на конкурсной основе. Если предприятие может доказать, что у него есть альтернативные заказы, более прибыльные, чем государственные, то ему должны компенсировать упущенную выгоду.

Принцип “план — это сумма заказов” неизбежно соседствует с принципом “потребитель всегда прав”. Другими словами, децентрализация планирования позволяет преодолеть диктат производителей, который наносит сейчас огромный вред нашей экономике.

Формирование плана исходя из суммы заказов придает новый смысл договорным отношениям. Хозяйственный договор становится главным связующим звеном в новых условиях. Развитие договор-

* Мы не рассматриваем здесь эти вопросы, поскольку для целей нашего исследования интерес представляют аспекты нового хозяйственного механизма, относящиеся к уровню предприятия.

ных отношений потребует введения системы экономической ответственности сторон. Коль скоро предстоит отказаться от административных методов снабжения и сбыта продукции, необходимо создать такие экономические санкции и льготы, которые обеспечивали бы выполнение договорных обязательств. В принципе, система экономической ответственности должна быть такой, чтобы предприятие-потребитель не несло экономического ущерба в случае несоблюдения договора поставок. Только при таком условии возможно эффективное взаимодействие товаропроизводителей. Введение договорных отношений требует развитого хозяйственного права (необходимы законы, регламентирующие хозяйственную деятельность) и действенной системы арбитража.

Третий — мотивационный — принцип нового хозяйственного механизма заключается в том, что любое предприятие (вне зависимости от форм собственности) должно по единым правилам создавать и распределять свой доход на условиях самокупаемости и самофинансирования. Общая схема формирования дохода любого предприятия выглядит следующим образом. Из выручки за реализованные товары, работы, услуги возмещаются материальные и приравненные к ним затраты, вносятся налоги, страховые платежи, плата за природные и другие ресурсы, уплачиваются проценты по кредитам, возвращаются долги. Оставшийся доход поступает в распоряжение предприятия и распределяется им самостоятельно на оплату труда, социальное и производственное развитие. Такой порядок формирования и распределения дохода ориентирует товаропроизводителя на увеличение выручки (за счет лучшего удовлетворения потребностей своих клиентов), снижение затрат, оптимальное развитие производства, а также улучшение условий труда и быта своих работников.

Обязательность применения именно этой схемы формирования и распределения дохода — абсолютно необходимое (поскольку только эта схема обеспечивает отказ от “бесплатности” ресурсов и реализацию принципов самокупаемости и самофинансирования предприятий), но не достаточное мотивационное условие нового хозяйственного механизма.

Рассмотренная схема формирования и распределения доходов по разному срабатывает на предприятиях с различными формами собственности. Опыт последних лет показывает, что при общем спаде производства и ухудшении экономической ситуации в стране акционерные, арендные, совместные с иностранными компаниями предприятия и кооперативы демонстрируют рост прибыли, объемов выпуска продукции, заработной платы и других доходов своих работников, хотя новые хозяйственные структуры находятся в худших условиях (по снабжению материальными и денежными ресурсами, по отношению к ним властных структур и т.п.) по сравнению с государственными предприятиями.

Для понимания сущности различных форм хозяйственного управления предприятием необходимо проанализировать разделение функций (и прежде всего властных полномочий) между собственником, администрацией и трудовым коллективом предприятия.

Именно разнообразие правил соединения собственника, администрации, коллектива работников в рамках одной хозяйственной организации создает разнообразие форм предприятий. По этому признаку принято выделять государственные, частные, акционерные, арендные предприятия, а также различные товарищества и кооперативы.

На государственных предприятиях собственность на имущество, продукцию и доходы закрепляется за органами государственного управления (министерствами, ведомствами, концернами, комитетами по управлению государственным имуществом). Имущество передается предприятию на праве полного хозяйственного ведения. Администрация и члены трудового коллектива такого предприятия являются по своей сути наемными работниками у государства. В последних законодательных актах (Законы "О собственности в СССР", "О предприятиях СССР", "О предприятиях и предпринимательской деятельности в РСФСР" и др.) предприняты попытки делегировать трудовому коллективу некоторую часть прав собственности. Так, прибыль, остающаяся у государственного предприятия после уплаты налогов и других платежей, в соответствии с Законом "О собственности в СССР" поступает в распоряжение трудового коллектива предприятия. Часть этой прибыли передается в собственность работников. Сумма прибыли, принадлежащая члену трудового коллектива, образует его вклад, который может использоваться или на социально-бытовые нужды, или как источник дивидендов. В Законе "О предприятиях СССР" предусмотрено участие членов трудового коллектива в управлении государственным предприятием (через общее собрание или советы коллектива).

Конечно, законы, регламентирующие хозяйственную деятельность государственных предприятий, могут меняться, предоставляя им большую или меньшую самостоятельность. Но несомненно одно: эта форма хозяйственного управления не является достаточно эффективной с точки зрения мотивации работника к продуктивному труду по причине отчуждения его от средств и результатов производства. Государственные предприятия плохо адаптируются к меняющимся внешним условиям, не восприимчивы к достижениям научно-технического прогресса, склонны к иждивенчеству, плохо себя чувствуют без постоянной государственной "подпитки". Об этом свидетельствует как мировой, так и отечественный опыт. Сейчас практически все экономисты склоняются к тому, что переход к рынку требует разгосударствления предприятий. Хотя какая-то их часть сохранится и при новом хозяйственном механизме (в оборонной промышленности, на железнодорожном транспорте, в энергетике, связи и некоторых других отраслях материального производства).

Принято считать, что собственником частного предприятия является один человек или малая группа лиц (чаще всего семья)*.

*В странах с развитой рыночной экономикой частными признаются любые акционерные общества, товарищества, кооперативы, а не только предприятия, принадлежащие одному лицу.

Представляется, что в рамках нового хозяйственного механизма должно быть много таких предприятий, преимущественно в сфере малого бизнеса. Владелец частного предприятия, как правило, совмещает в своем лице собственника, администрацию, а зачастую и работника. Число наемных работников здесь невелико. Трудовой коллектив работает, как правило, весьма интенсивно, увеличивая рабочий день до 12—14 ч.

Главным преимуществом малых частных предприятий является их мобильность, легкая приспособляемость к новым потребностям клиентов, простые организационные формы. Малые частные венчурные (рисковые) фирмы в развитых странах являются главной формой опробования и внедрения в производство достижений научно-технического прогресса.

Наиболее перспективны, по нашему мнению, предприятия с коллективной формой собственности, к которым мы относим акционерные и арендные предприятия, а также кооперативы и товарищества. В коллективных предприятиях наиболее полно может быть реализовано самоуправление трудового коллектива.

Мы считаем, что подобно тому, как все типы работников можно выстроить в прогрессивный ряд*: раб — крепостной — наемный работник — работник-хозяин (совладелец или соуправляющий своего предприятия), все формы хозяйственного управления предприятием (акционерную, кооперативную, арендную и др.) также можно выстроить в прогрессивный ряд в зависимости от степени участия работника в управлении предприятием. С учетом этого положения рассмотрим основные типы коллективных предприятий.

Кооператив представляет собой предприятие, капиталы которого образуются путем объединения мелких паев; он отличается от других коллективных предприятий тем, что здесь участие каждого члена в совокупном капитале ограничивается размером одного или нескольких паев.

Каждый член кооператива пользуется правом только одного голоса**. Высшим органом управления кооператива является общее собрание его членов (иногда в крупных кооперативах — собрание уполномоченных). Общее собрание выбирает правление, ревизионную комиссию или наблюдательный совет. Вступление в кооператив является добровольным. Каждый вступающий делает два взноса: вступительный и паевой (последний в случае выбытия члена подлежит возврату). Ответственность члена кооператива определяется размером его пая.

Товарищества — это построенные на основе соглашения и на началах членства объединения предприятий, учреждений, организаций и граждан, имеющие целью осуществление различных видов хозяйственной деятельности. Члены товарищества объединяют свои

* "Прогрессивный" в том смысле, что каждый следующий член этого ряда лучше предыдущего по выбранному критерию.

Кооператив (в классическом понимании) не может выпускать акции, поскольку акционер — совладелец имущества, и количество его голосов равно числу акций. Кооператив же стоит на принципе: один человек — один голос, независимо от количества принадлежащих ему паев.

имущественные или денежные вклады (паи), совместно принимают участие в прибылях или несут убытки. Различают полные товарищества, командитные товарищества, товарищества с ограниченной ответственностью, товарищества с дополнительной ответственностью.

Полным признается товарищество, все участники которого несут солидарную ответственность по обязательствам не только имущественном товарищества, но и своим личным имуществом. Ведение дел полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников.

Командитное товарищество включает две категории членов: тех, кто отвечает по обязательствам всем своим имуществом, и тех, ответственность которых ограничивается вкладом в имущество товарищества.

В товариществе с ограниченной ответственностью участники отвечают по его обязательствам только своими вкладами в уставной фонд (может быть и в двух-трехкратном выражении, в этом случае возникает товарищество с дополнительной ответственностью). Товарищества с ограниченной ответственностью имеют наибольшее распространение в развитых странах. Высшим органом таких предприятий является совет, который состоит из участников или назначенных ими лиц. Участник товарищества может передать свои полномочия другому лицу. Каждый участник имеет один голос или число его голосов может быть пропорционально паю (это определяет устав). Текущее руководство деятельностью товарищества осуществляет исполнительная дирекция (или директор). Контроль за деятельностью дирекции возложен на ревизионную комиссию. Должностными лицами товарищества являются председатель совета, директор и члены дирекции, председатель и члены ревизионной комиссии.

Товарищество, более эффективная форма хозяйственного управления, чем государственное предприятие. Это определяется высокой экономической ответственностью такого предприятия и ориентацией собственника на увеличение прибыли. Руководство товариществом носит коллективный характер. Наиболее эффективно, по нашему мнению, применять данную форму для создания малых предприятий, когда пайщиками являются в основном члены трудового коллектива. В этом случае открывается возможность в полной мере использовать эффект самоуправления.

Акционерным является предприятие, уставной фонд которого разделен на определенное число акций, и которое несет ответственность по обязательствам всем своим имуществом. При этом акцией признается ценная бумага, подтверждающая право ее держателя на получение дивидендов и на участие в управлении предприятием.

Рассмотрим особенности акционерных предприятий, опираясь на зарубежный опыт. Акционер-совладелец имеет право на дивиденды, но не может требовать возвращения своего пая. Только в случае ликвидации предприятия акционеры делят между собой оставшийся после погашения обязательств капитал.

Высшим органом акционерного предприятия является общее собрание акционеров, которое выбирает правление, наблюдательный совет и ревизионную комиссию. В промежутках между общими собраниями вся полнота власти принадлежит правлению, которое назначает администрацию предприятия и передает ей функции исполнительного органа.

Акционер может вернуть свои деньги путем продажи акций на рынке ценных бумаг — фондовой бирже, поэтому состав акционеров одного предприятия постоянно меняется, что позволяет считать акционерные предприятия анонимными.

Курс акции определяется уровнем ссудного процента и доходностью акций. Если процент ссудного капитала равен 5, то и акция, дающая 5 руб. дивидендов, оценивается в 100 руб. Цена акции представляет собой капитализированный дивиденд, т.е. равна капиталу, который будучи помещенным в банк, приносил бы ежегодный доход, равный дивиденду. Учредительная прибыль акционерного предприятия равна капитализированной разнице между дивидендом и ссудным процентом. Причина возникновения этой прибыли заключается в том, что капитал акционерного предприятия выступает одновременно и в качестве промышленного, и в качестве кредитного. На величину учредительной прибыли выпускаются привилегированные акции, которые распространяются между акционерами, принося им постоянный доход, но — в отличие от обыкновенных акций — не дают права голоса. Зачастую дивиденды на привилегированные акции устанавливаются заранее в виде фиксированной величины.

Акционерные предприятия (корпорации, фирмы) составляют основу экономики рыночных стран. Эффективность этой формы хозяйственного управления обусловлена следующими причинами. Во-первых, акционерные предприятия несут высокую ответственность за результаты своей деятельности (фондовая биржа чутко реагирует на изменения в экономическом состоянии корпорации, постоянно и объективно оценивая курс акций: снижение курса акций — сигнал о том, что предприятие может разориться). Во-вторых, свободный перелив капиталов (акции преуспевающих фирм стремятся купить все, у кого есть деньги) автоматически способствует развитию наиболее необходимых потребителям производств. В-третьих, здесь наиболее эффективно соединяются интересы собственника, администрации, трудового коллектива: собственник заинтересован только в прибыли и поэтому занимает такую администрацию (а администрация — работника), которая обеспечила бы высокое качество и разнообразный ассортимент товаров (иначе не будет реализации), низкие затраты, высокую производительность труда. В-четвертых, с помощью акций можно создать эффективные горизонтальные связи между товаропроизводителями. Если предприятие продает свои акции преимущественно смежникам (поставщикам сырья и оборудования, банкам, строителям, потребителям, проектировщикам и т.п.), то все они как бы «привязываются» к конечному результату фирмы, становятся заинтересованными в эффективной работе данного предприятия. Другими словами, акции

как механизм согласования экономических интересов позволяют интегрировать разнообразные структуры народного хозяйства (включая органы государственного управления, банки, биржи, предприятия, общественные организации и отдельных граждан).

В последнее время за рубежом и в нашей стране все большее распространение получают акционерные предприятия особого типа: их часто называют "народными предприятиями". Главная их особенность заключается в том, что все выпускаемые здесь акции именные и принадлежат только членам трудового коллектива. При увольнении работник обязан продать свои акции предприятию по номиналу. При этом во многих странах действует прогрессивный подоходный налог, который сильно уменьшает причитающуюся работнику при увольнении сумму выплат. Это закрепляет кадры предприятия. Законодательство ряда стран освобождает эти суммы от налога в том случае, если работник помещает свои средства в именные акции трудового коллектива другого народного предприятия, что стимулирует развитие таких предприятий.

Началом массового создания на Западе народных предприятий принято считать 1975 г., когда одна американская сталелитейная корпорация, будучи близкой к банкротству, выкупила за счет личных средств своих работников (частично, за счет кредита) сильно подешевевшие на бирже акции своего предприятия, распределив их среди членов трудового коллектива (после этого дела компании существенно улучшились). Отметим, что по данным английской компании "Джоб оперейшин лимитед" [The BAXI partner, 1991] примеры таких предприятий были и раньше: "The John Lewis partnership" (Англия) существует с 1929 г.; "Carl Zeiss Stiftung" (Германия) — с 1891 г.; SACMI (Италия) — с 1922 г.

Начиная с 1975 г. в США принято 32 законодательных акта, которые способствуют успешному функционированию народных предприятий, создана ассоциация, содействующая выкупу работниками акций своего предприятия. Программа этой ассоциации под названием ESOP (Employee Stock Ownership Plan, т.е. план приобретения акций работниками предприятия) широко применяется в США. Достаточно сказать, что в настоящее время в этой стране примерно 11 тыс. предприятий получили статус народных. На них занято более 11 млн чел., или 9 % работающих в США. Совокупный акционерный капитал народных предприятий составляет 60 млрд дол. По прогнозам ассоциации ESOP к 2000 г. совладельцами своих предприятий станет четвертая часть всех занятых в США [Крушинский, 1990]. Аналогичные процессы идут в Великобритании, Италии, Франции, ФРГ [Рутгайзер, 1990].

Из сказанного можно сделать вывод, что в недрах рыночной экономики зародилось и получило развитие новое прогрессивное направление совершенствования хозяйственного управления предприятиями. Успех народных предприятий определяется именно фактором самоуправления трудового коллектива. Становясь совладельцами завода, работники начинают ощущать ответственность за результаты его хозяйственной деятельности. Если для наемного работника главный стимул — заработная плата, то работник-хозяин

зачастую готов получать меньше денег сейчас и вкладывать свою долю прибыли в техническое перевооружение или модернизацию производства. Источником личного дохода работника становится не только оплата труда, но и дивиденды от принадлежащего ему пакета акций. Наконец, обладая акциями работник имеет право голоса в высшем органе управления предприятием. Это, с одной стороны, повышает качество принимаемых этим органом решений, с другой — делает работников соавторами решений, что гарантирует своевременное, точное и творческое их выполнение.

В нашей стране сейчас идет приватизация государственных предприятий. Многие экономисты (и мы в их числе) являются сторонниками создания (в рамках программы приватизации) преимущественно народных предприятий, т.е. предприятий, на которых трудовой коллектив полностью или в значительной мере являлся бы собственником имущества, продукции и доходов. Мы понимаем, что рыночная экономика не может на все 100 % состоять из народных предприятий. В каких-то сферах эффективнее будут действовать частные предприятия, кооперативы и товарищества (прежде всего в сфере мелкого бизнеса), в каких-то секторах экономики — государственные и акционерные фирмы (некоторые базовые отрасли, производства, характеризующиеся глубоким разделением труда, множеством кооперированных связей и необходимостью быстрого перелива капитала). Однако, по нашему мнению, не менее 30—50 % предприятий должны быть именно народными. Да и на других предприятиях следует практиковать хотя бы частичное со-владение работниками имуществом, продукцией, доходами предприятия. Нам представляется, что такой путь приватизации позволит нашей стране не повторять весь тернистый путь становления рыночной экономики, а сразу выйти на эффективные формы организации хозяйственного управления. Немаловажным является и тот факт, что идеология народных предприятий больше соответствует идеалам нашего общественного сознания и, следовательно, общество лучше психологически подготовлено к данному варианту приватизации.

В этом контексте воистину решающая роль принадлежит арендным предприятиям. В странах с развитой рыночной экономикой образование народных предприятий связано с выкупом имущества у собственника (чаще всего у акционерного общества) за счет денежного кредита, что объясняется наличием в этих странах большого числа собственников, отношения между которыми всегда возмездные. В наших условиях имеется, по существу, один собственник — государство, которое владеет и предприятиями, и землей, и ресурсами, и финансами (в том числе кредитными ресурсами). Поэтому логично выкупать предприятия не за счет денежного, а за счет имущественного кредита, т.е. через аренду. Ведь для государства как единого собственника, должно быть безразлично, продавать ли предприятия в рассрочку (аренда с выкупом) или сначала выделить трудовому коллективу денежный кредит, а затем обменять государственное имущество на деньги. Более того, в случае аренды схема взаимодействия государства и трудового коллектива существенно

проще и дешевле: в это взаимодействие не вовлекаются фонды, банки, другие кредитные учреждения.

Конечно, аренда с выкупом — это частный случай классической аренды. Но именно этот случай представляет наибольший интерес при решении задачи приватизации государственной собственности, так как аренда с выкупом позволяет применить простую схему преобразования государственного предприятия в народное. Другие варианты аренды также представляют несомненный интерес. Рассмотрим этот вопрос подробнее.

В общем случае аренда представляет собой хозяйственную сделку, в результате которой арендодатель* передает арендатору имущество в срочное и возмездное владение (владение, пользование, распоряжение). При этом право собственности на имущество сохраняется за арендодателем. Из приведенного определения следует, что арендатор может пользоваться не принадлежащим ему имуществом в течение определенного срока ("срочность владения") за периодическую плату ("возмездность владения"). Собственник не имеет права в течение всего срока аренды распоряжаться имуществом, находящимся в хозяйственном ведении арендатора.

Таким образом, арендатору на время передаются все основные права по поводу имущества: он может продавать, обменивать, сдавать в субаренду, предоставлять бесплатно во временное пользование либо взаймы арендованное имущество, если такая передача имущества соответствует целям его хозяйственного использования и не влечет уменьшения его производственного (экономического) потенциала, обусловленного договором аренды. С известными оговорками можно сказать, что при аренде собственность на имущество на время передается арендатору. Причем передается не декларативно, а реально, на определенных экономических условиях. В результате работники предприятия обретают чувство хозяина, особенно если договор аренды предусматривает последующий выкуп предприятия.

В экономических условиях, сложившихся в нашей стране в последние годы, можно назвать четыре главных отличия арендного предприятия от государственного.

1. Арендное предприятие обладает правом собственности на выпускаемую продукцию и хозрасчетный доход. Вследствие этого права на арендном предприятии всегда возникает собственность трудового коллектива на то имущество, которое приросло за счет средств хозрасчетного дохода. Это имущество можно (мы считаем, нужно!) персонифицировать, распределяя по паям (или в виде акций членов трудового коллектива). В результате возможны случаи, когда народное предприятие образуется без выкупа (если начальная стоимость арендуемого имущества была относительно мала, и за время аренды удалось многократно увеличить стоимость основных фон-

* В качестве арендодателя при переходе предприятий на аренду по существующей сейчас практике выступает вышестоящая организация. В настоящее время всеми признается необходимость наделить правами арендодателя комитеты по государственному имуществу. Такие комитеты уже создаются как на союзном уровне, так и в республиках.

дов). Это особенно удобно в случаях, когда в аренду передаются убыточные, малорентабельные или ветхие предприятия.

2. Отношение предприятия с вышестоящей организацией регламентируется договором аренды. Это очень важный момент, поскольку в данном случае иерархические административные отношения между вышестоящей организацией и предприятием заменяются отношениями договорными, где обе стороны выступают как равноправные партнеры.

3. Арендное предприятие самостоятельно, без заданных сверху нормативов или инструкций распределяет свой хозяйственный доход или чистую прибыль.

4. Размер платежей вышестоящей организации определяется не процентом от дохода (выручки, прибыли), а является фиксированной величиной, равной арендной плате. В этих условиях арендное предприятие заинтересовано наращивать доход, так как величина арендного платежа при любом размере дохода остается неизменной на весь период действия договора с арендодателем.

Арендное предприятие может выпустить акции с целью привлечения дополнительных денежных средств и многие пользуются этим правом. Акции могут быть именными и распространяться среди членов трудового коллектива (в этом случае арендное предприятие все более приобретает черты народного), а могут быть анонимными и продаваться сторонним юридическим и физическим лицам.

Сказанное позволяет сделать вывод о том, что на арендном предприятии возможны разнообразные и гибкие формы хозяйственного управления и, в частности, эффективные схемы самоуправления. Действительно, управление арендным предприятием осуществляется на демократических принципах. Органами управления являются: общее собрание трудового коллектива, совет арендаторов, дирекция. Выборность, сменяемость, подотчетность — вот принципы формирования руководства такого предприятия.

На арендном предприятии по-разному можно разграничить функции между советом арендаторов и дирекцией. Так, возможны три варианта "специализации" совета арендаторов:

а) совету принадлежит законодательная власть и решение стратегических вопросов. Разделение функций между советом арендаторов и администрацией в этом случае аналогично разделению функций между Верховным Советом СССР и Кабинетом Министров СССР, но только на уровне предприятия;

б) директор возглавляет совет арендаторов, т.е. законодательная и исполнительная власти во многом совмещаются;

в) совет арендаторов состоит из двух палат: представителей трудового коллектива и администрации, и этим обеспечивается баланс интересов управляющих и управляемых.

Могут быть и другие схемы самоуправления. Важным здесь является тот момент, что в принятии хозяйственных решений участвует весь трудовой коллектив и что коллектив на демократических началах избирает своих представителей в органы управления и может отозвать их.

Эффект самоуправления усиливается тем обстоятельством, что на арендном предприятии всегда есть коллективная собственность, которая может быть распределена по паевым книжкам, лицевым счетам или путем выпуска акций членов трудового коллектива. При этом обеспечивается добровольность участия работника в капиталах предприятия, широкое привлечение коллектива к разработке устава, возможность "частичного" собственника в любой момент получить свой пай деньгами и выйти из предприятия.

Паи или акции арендного предприятия выполняют две функции: а) аккумулируют средства работника для решения производственных задач; б) развивают у работника чувство хозяина. Первая функция акций имеет важное значение в решении вопросов товарного покрытия денежной массы: акции трудового коллектива, вовлекая денежные сбережения работников в сферу производства, автоматически "связывают" эти деньги, что снижает давление "горячих" денег на потребительский рынок.

Однако еще большее значение имеет вторая функция акций. Это признают сейчас экономисты многих стран. Каждый владелец акций имеет пропорциональное своему вкладу влияние на судьбу предприятия и в этом смысле является его хозяином. Работник-хозяин в отличие от наемного работника сильнее заинтересован в эффективном хозяйствовании.

Следует отметить, что арендная форма хозяйственного управления не безупречна. В экономической литературе называются следующие ее недостатки:

"короткая" мотивация коллектива арендаторов. Считается, что главный интерес любого работника — получить заработную плату. Поэтому если работник может повлиять на распределение прибыли, то он постарается направить ее на оплату труда, а не на решение вопросов перспективного развития;

"хищническая" эксплуатация арендованного имущества. Имеется в виду, что к заемному имуществу работник относится как к чужому, и за время аренды постарается "выжать" из него все, не заботясь о будущем;

экономическая невыгодность для коллектива госпредприятия переходить на аренду из-за того, что в этом случае придется дополнительно к налогам платить еще и арендную плату.

Последнее опасение не представляется обоснованным. Конечно, государственное предприятие в соответствии с действующим законодательством платит меньше, чем арендное. Но ведь аренда позволяет предприятию выкупить имущество и стать независимым товаропроизводителем. И если у трудового коллектива есть такая цель, то имущественный кредит (аренда) — лучший способ ее достижения (платит же госпредприятие проценты за денежный кредит).

Опасность же "короткой мотивации" и "хищнической эксплуатации арендованного имущества" действительно существует. Известны случаи, когда коллективы арендных предприятий почти полностью "перекачивали" доход в заработную плату или когда переход на аренду не преодолевал отчужденности работников от средств производства. Вместе с тем известны случаи многократного улуч-

шения экономических результатов предприятий в условиях аренды. Здесь есть, видимо, вопросы, нуждающиеся в тщательном изучении. Мы предприняли исследования этих и других проблем аренды предприятий (определение срока аренды и величины арендной платы, формирование и распределение хозрасчетного дохода арендного предприятия, вопросы оплаты труда и др.).

Результаты этих исследований излагаются в следующих параграфах настоящей главы.

1.2. ПРОБЛЕМНАЯ ДЕЛОВАЯ ИГРА "АРЕНДА"

При исследовании свойств организационно-экономических систем всегда возникает проблема выбора метода, особенно в тех случаях, когда необходимо изучить закономерности или свойства проектируемых процессов. При проведении исследований арендных отношений мы также столкнулись с этой проблемой. На начальном этапе исследований количество арендных предприятий было невелико, и нельзя было рассчитывать на сбор и обобщение фактического материала, тем более, что существовавший (и существующий сейчас) опыт аренды весьма противоречив. Проведение широкомасштабных опросов хозяйственных руководителей и специалистов задумано было к получению недостоверной информации, поскольку высказывания и суждения респондентов об изучаемых свойствах арендных отношений содержали бы лишь абстрактные предположения. Наконец, применение математических и компьютерных моделей в данном случае затруднено в силу того, что они не позволяют воспроизвести процесс функционирования арендных предприятий.

Нами для исследования вопросов аренды был выбран метод деловых (имитационных) игр. Теория и методология применения деловых игр в научных исследованиях изложена в [Комаров, 1989]. Основные идеи этого метода восходят к ранним работам М.М. Бирштейн [1938; 1978] — автора первых деловых игр. Одна такая игра, названная организационно-производственным испытанием, была проведена 23 июня 1932 г. в Ленинградском инженерно-экономическом институте. Характеризуя эту работу, М.М. Бирштейн писала: "Назначением испытаний может быть разработка или проверка плана производства, решение исследовательских вопросов организационного характера... Организационные испытания могут являться методом научно-исследовательской работы. Лабораторные условия дают возможность осуществлять любую организацию производства и многократно проводить одни и те же эпизоды с различными вариантами проводимых мероприятий. Поэтому при отсутствии опыта в каком-либо крупном новом организационном мероприятии представляется возможным до внедрения его в жизнь предварительно познакомиться в лабораторных условиях проанализировать в основных чертах, выявив возможные трудности и пути их устранения" [Бирштейн, 1978, с. 76, 77]. Мы предлагаем следующую схему приме-

нения игр для исследований организационно-экономических процессов.

Прежде всего формулируются цели предстоящего исследования и формируется коллектив специалистов, в который включаются разработчики и организаторы имитационных игр. Затем на основании различных источников, имеющих отношение к проблемной области, выдвигаются гипотезы и теоретические положения о данном явлении. На основе сформулированных теоретических положений, зависимостей и гипотез в соответствии с целями исследования конструируется деловая игра. Далее формируется коллектив исследователей, в который могут входить наряду с игроками (на период экспериментирования) и управленцы, и ученые, специалисты в данной или смежной областях.

Затем наступает этап экспериментирования с игрой. При этом игровая деятельность участников (по исполнению ролей) служит эмпирической основой для исследовательской работы (деятельности по поводу игры). Участники игрового имитационного эксперимента заполняют анкеты или вопросники, составляют отчеты и проч. На последнем этапе задача исследователей состоит в анализе всех полученных при построении игры и в эксперименте с ней сведений и в формулировании исходя из этого анализа искомых теоретических положений. На этой основе можно внести изменения в конструкцию игры и повторить (при необходимости) весь цикл исследования.

Изложенная схема была использована для изучения арендных отношений. Эксперименты проводились на промышленных предприятиях, в аудиториях институтов повышения квалификации и различных школ бизнеса, на конференциях и семинарах по вопросам управления с привлечением хозяйственных руководителей и специалистов в качестве экспертов по изучаемым проблемам. Результаты этих экспериментов излагаются в следующем разделе настоящей главы. Ниже приведено описание проблемной деловой игры (ПДИ) "Аренда", на базе которой были поставлены эксперименты.

ПДИ "Аренда" была создана как методическое средство многоцелевого назначения. Предусмотрены два базовых режима ее применения. В первом случае она проводится на конкретном предприятии, когда в ходе игры осуществляется выбор и разработка наиболее приемлемого для предприятия варианта арендных отношений, во втором — с представителями разных предприятий (например, в школах менеджеров, на конференциях, семинарах) с целью собрать экспертные оценки и суждения относительно преимуществ и недостатков различных вариантов аренды предприятий.

В игровом эксперименте одновременно принимают участие от 25 до 40 игроков и 4—5 консультантов-организаторов деловой игры. Продолжительность игры — 1—2 дня в зависимости от решаемых задач. Перед каждым игровым имитационным экспериментом ставятся следующие цели:

исследовательская — сбор, систематизация и обобщение замечаний, суждений и высказываний работников предприятий о преимуществах и недостатках различных схем аренды на предприятиях;

практическая — выбор и обоснование наиболее приемлемого для предприятия варианта аренды;

учебная — активное изучение участниками игры различных вариантов хозяйственного механизма и в особенности вопросов применения аренды.

Исследовательская цель достигается путем многократного проведения деловой игры. В этом случае игра заменяет такие традиционные методы сбора информации, как анкетирование, опросы, интервью. После накопления достаточно представительного массива информации появляется возможность делать прогнозы относительно наиболее перспективных направлений совершенствования хозяйственного механизма на основе арендных отношений.

Практическая цель достигается на основе активного изучения участниками игры разных вариантов аренды. Прежде чем обосновать наиболее приемлемый вариант, каждая команда игроков "проживает" три года в условиях действия одного из четырех вариантов хозяйственного механизма основанных на: (1) нормативном распределении прибыли; (2) нормативном распределении дохода; (3) арендных отношениях с собственником предприятия; (4) превращении предприятия в кооператив.

В ходе игры решается еще и учебная задача. Опыт показывает, что работники предприятия, принявшие участие в игре, существенно меняют свои оценки о перспективах экономической реформы. Как заметил один из игроков, восемь часов игры дают участникам больше знаний, чем полугодовое изучение экономических вопросов по инструкциям и литературным источникам. Это и понятно: в процессе игры ее участникам приходится действовать (принимать решения, отчитываться и т.д.) в условиях нового хозмеханизма.

ПДИ "Аренда" может проводиться автономно, хотя наибольший эффект она дает в комплексе с такими деловыми играми, как "Самоуправление", "Предприятие и рынок", "У озера" [Комаров, 1989; Промышленное предприятие..., 1990; Методические указания..., 1991]. Применение пакета игр оказывает сильное влияние на экономическое мышление работников завода, заменяет, по существу, годовой цикл традиционной экономической учебы.

Особенно полезна ПДИ "Аренда" при подготовке коллектива предприятия к работе в условиях аренды. В этом случае удастся выработать основные положения главных документов: договора с арендодателем, устава арендного предприятия, договора с банком и т.п.

Возможна в деловой игре и разработка для предприятия иных вариантов хозяйственного механизма, в том числе и смешанных форм хозяйствования, когда часть подразделений работает, например, по второй модели хозрасчета, часть — на условиях аренды, а часть подразделений преобразуется в кооператив. Кроме того, отдельно может быть изучен вопрос акционирования предприятия.

Можно выделить три крупных этапа ПДИ "Аренда": подготовительный, игровой, послеигровой. Продолжительность подготовительного этапа 2—3 дня. В рамках этого этапа организаторы игры изучают особенности хозяйственного состояния предприятия, подбирают участников, размножают учебные и методические материалы, уточняют регламент игры, решают организационные вопросы.

Игровой этап включает в себя несколько сюжетов и эпизодов (табл. 1.1). В рамках первого сюжета прежде всего формируются четыре игровые команды (рабочие группы) и выполняется комплекс мероприятий по сплочению коллективов этих групп. При этом игровые группы должны выполнять следующие роли:

дирекции предприятия 1, работающего по варианту хозмеханизма, основанного на нормативном распределении прибыли;

дирекции предприятия 2, работающего по варианту хозмеханизма, основанному на нормативном распределении дохода (формирование фонда оплаты труда по остаточному принципу);

дирекции предприятия 3, работающего на аренде;

дирекции предприятия 4, работающего в форме кооператива.

Исходное экономическое состояние всех четырех предприятий (по итогам 1990 г.) совершенно одинаково. В течение нескольких часов аудиторного времени эти предприятия "проживают" три года: 1991—1993. При этом на каждый "год" игроки, исполняющие роль дирекции, принимают решения о выпуске акций, о формировании портфеля заказов, использовании дохода (прибыли), определяют показатели плана на данный год. Затем организаторы игры с помощью имитационной модели определяют "фактическое" выполнение плана. В соответствии с "фактом" игроки составляют отчет. К концу третьего года игровые команды подводят итоги хозяйственной деятельности своих предприятий. Эти итоги разбираются, выявляются причины хозяйственных успехов или неудач. Таким образом, в рамках первого (имитационного) сюжета игроки осваивают опыт хозяйствования в различных экономических условиях.

При реализации учебного варианта деловой игры проблемный сюжет посвящается всестороннему рассмотрению преимуществ и недостатков хозяйственного механизма, основанного на аренде предприятия трудовым коллективом. Ранее сформированные четыре группы получают единый вопросник, в котором содержится несколько узловых вопросов применения арендных отношений. В рамках групповой работы по каждому вопросу формируется решение с мотивировкой. После обсуждения всех вопросов готовится доклад. Заключительный игровой эпизод представляет собой конференцию всех участников игры, на которой представители групп делают доклады, отвечают на вопросы, жюри подводит итоги и определяет победителя, руководитель игры делает содержательные выводы.

При постановке перед ПДИ практических задач проблемный сюжет занимает 1,5 дня. Каждая рабочая группа при этом выполняет роль комиссии, которой поручено сформулировать предложения по подготовке предприятия к работе в условиях аренды. Группы прорабатывают два важных документа: "Устав арендного пред-

Проведение игрового этапа ПДИ "Аренда"

Время	Игровые сюжеты и эпизоды
<i>1. Имитационный сюжет</i>	
9.00—10.00	Лекция "Итоги и перспективы хозяйственной ре- формы"
10.00—10.10	Формирование команд и инструктаж
10.10—10.20	Принятие решений по акциям на 1991 г.
10.20—10.40	Аукцион заказов на 1991 г.
10.40—10.45	Составление плана на 1991 г.
10.45—11.00	Имитация выполнения плана и составление отчета за 1991 г.
11.00—11.10	Перерыв
11.10—12.05	Разыгрывание 1992 г.
12.05—13.00	Разыгрывание 1992 г.
13.00—13.30	Разбор результатов хозяйственной деятельности
13.30—14.30	Обед
<i>2. Проблемный сюжет*</i>	
14.30—16.00	Групповая работа
16.00—16.10	Перерыв
16.10—17.30	Конкурс групповых докладов
17.30—18.00	Подведение итогов игры

*Здесь представлен учебный вариант ПДИ "Аренда". При постановке перед игрой практических и исследовательских задач проблемный сюжет проводится в течение полутора дней.

приятия" и "Договор арендных отношений между предприятием и арендодателем".

В рамках данного сюжета можно выделить четыре крупных игровых эпизода:

уточнение перечня новых хозяйственных возможностей предприятия в условиях аренды и выделение возникающих при этом трудностей и проблем;

генерирование предложений по решению выделенных проблем методом "мозгового штурма", внесение этих решений в "Устав" и "Договор";

подготовка группового доклада, проведение репетиции, доработка доклада по результатам репетиции, насыщение его иллюстрациями;

конкурс докладов на общей конференции участников деловой игры.

Итогом проведения игрового этапа является массив информации, содержащий списки проблем и трудностей, стоящих перед предприятием при переходе на аренду, и списки предложений по преодолению этих трудностей. Кроме того, после эксперимента ос-

таются магнитофонные записи выступлений докладчиков, поправки и замечания к "Уставу" и "Договору".

В рамках послειгрового этапа на основании этой информации составляется отчет по ПДИ "Аренда". В него входит систематизированное изложение положений рекомендуемого для предприятия варианта аренды. На основании такого отчета предприятие может составить конкретную программу перехода на аренду. По результатам серии экспериментов исследовательская группа выявляет устойчивые свойства арендных отношений, определяет условия эффективного использования аренды, осуществляет прогноз применимости аренды для различных типов предприятий.

Рассмотрим методические аспекты выполнения крупных этапов ПДИ "Аренда". На подготовительном этапе выполняются следующие работы:

- а) выбор предприятия;
- б) заключение соглашения между организаторами игры и предприятием об условиях проведения эксперимента;
- в) уточнение варианта деловой игры и регламента ее проведения;
- г) составление списка участников;
- д) выделение помещений и подготовка их для проведения игры;
- е) комплектование учебных и методических материалов;
- ж) размножение игровых форм;
- з) решение вопросов материально-технического обеспечения ПДИ (транспорт, питание, призы, канцелярские товары и т.п.).

При выборе предприятия, на котором будет проводиться эксперимент, рекомендуется придерживаться нескольких правил. Во-первых, игру необходимо проводить только на том предприятии, на котором руководство заинтересовано в проведении игры. Деловая игра — это такой метод учебно-исследовательской работы, который нельзя применять вопреки желанию коллектива (например, по указанию вышестоящего органа). Во-вторых, желательно, чтобы это была группа однопрофильных предприятий. В-третьих, предпочтительным является такой коллектив, в котором есть достаточное количество квалифицированных экспертов по проблемам управления, поскольку наибольшую пользу проводимым исследованиям может оказать коллектив наиболее передовых управленцев. В-четвертых, предпочтение следует отдавать тем предприятиям, с которыми намечаются долговременные связи.

После проведения переговоров с руководством предприятия о проведении игрового эксперимента (обязательно на уровне первого руководителя!) необходимо заключить соглашение между организаторами игры и предприятием. Это соглашение может быть устным, в виде письменного договора о сотрудничестве, в виде трудового соглашения, в виде совместного приказа и т.п. В соглашении оговариваются сроки проведения игры, тематика, состав участников, обязательства сторон (об этом подробнее будет сказано ниже). Весьма желательно, чтобы директор предприятия или его заместители дали заблаговременно свои предложения к плану мероприятий по подготовке завода к работе в новых условиях. Включение этих предло-

жений в игровую деятельность позволяет внедрить многие идеи безболезненно. Так, при проведении ПДИ "Аренда" в ПО "Кузбассэлектромотор" директор предложил рассмотреть идею создания на предприятии акционерного капитала работников завода. Если бы он просто вышел с этим предложением в трудовой коллектив, многие восприняли бы эту идею настороженно. Организаторы игры "провели" эту идею как предложение одного из участников. Это позволило без дебатов и сомнений включить данное предложение в план мероприятий предприятия.

Группа организаторов игры перед началом эксперимента должна уточнить список вопросов, которые будут исследоваться особенно тщательно. Это позволяет каждый эксперимент использовать не только как средство сбора данных для решения исследовательской задачи, но и для уточнения теоретико-методологических позиций. Например, дополнительно можно проверить оригинальную методику проведения групповой работы, тот или иной прием изложения учебного материала, гипотезу о приемлемости на производстве какой-то новой идеи хозрасчетного управления и т.п. Другими словами, программа конкретного эксперимента должна уточняться в соответствии с местными условиями.

Важным этапом подготовительных работ является составление списков участников игры. Рекомендуется при решении этого вопроса принимать во внимание три фактора. Во-первых, к игре должны привлекаться руководящие кадры предприятия, высшее звено. Среди них должны быть специалисты, имеющие опыт практической работы и достаточно высокую профессиональную подготовку. При этом надо иметь в виду, что игра проходит успешнее всего там, где производственникам для участия в игре необходимо пройти испытания на отборочных состязаниях или конкурсе. Во-вторых, при формировании рабочих групп необходимо учитывать профессиональную склонность участников игры, их собственное желание и их квалификацию. В-третьих, потенциал рабочих групп должен быть приблизительно одинаковым. Для выполнения двух последних условий рекомендуется поступать так. Сначала надо сформировать группы по желанию участников, а затем перераспределить специалистов с целью выравнивания экспертного потенциала групп. При этом надо иметь в виду, что узкая специализация работника не обязательно должна соответствовать профилю рабочей группы, ведь в игре "Аренда" воссоздается будущий хозяйственный механизм. Поэтому в группы можно назначать экспертов и в волевым порядке, исходя из интересов игры в целом.

В принципе, формирование групп должно осуществляться с использованием специальных методик тестирования. Например, для выявления лидера группы можно использовать имитационную игру "У озера" [Комаров, 1989] или игровую процедуру "Посадка на луне".

При формировании игровых групп желательно иметь в каждой из них своих доверенных лиц, через которых можно было бы решать некоторые задачи по "проведению" нужных идей и решений. Это могут быть работники предприятия, с которыми заблаговре-

менно проведены соответствующие беседы, или представители других организаций (вузов, НИИ, других предприятий), которые приглашены на игру в качестве участников.

Важное значение имеет формирование команды организаторов игры. В их число входят: руководитель игры и его заместители, консультанты рабочих групп (игротехники), эксперты. Заместители руководителя — это работники предприятия, ответственные за подготовку и проведение игры. Опыт показывает, что эту работу целесообразно поручить заместителю директора по экономике или другому лицу такого же ранга, ответственному за уровень социально-экономической работы на предприятии. Эти лица отвечают в игре за расписание проведения игры, питание участников, предоставление транспорта, писчебумажных принадлежностей и т.п.

В некоторых случаях возможно приглашение внешних экспертов или назначение на эту роль специалистов предприятия в лице директора и его заместителей. Эксперты не участвуют непосредственно в работе групп. Они по определенному регламенту переходят из одной группы в другую, участвуют в работе жюри, рецензируют и оппонируют результаты групповой работы и т.п.

Для проведения деловой игры необходимы соответствующие помещения. Наилучшим является вариант "полного погружения", когда деловая игра проводится за пределами предприятия (например, на территории базы отдыха, профилактория, дома культуры и т.п.).

Допустимо проведение игры и на территории завода. Для проведения игры требуется большой зал, где могли бы разместиться все участники, оснащенный микрофонным усилением и приспособлениями для записи выступлений на магнитную ленту. Кроме того, требуется четыре комнаты для организации групповой работы.

Перед началом деловой игры необходимо подобрать комплект нормативных материалов по работе предприятия в новых условиях, газетных и журнальных публикаций. Поскольку в настоящее время публикации по хозяйственному механизму быстро устаревают, списки рекомендуемой литературы необходимо обновлять перед каждым игровым экспериментом. К числу нормативных материалов относятся отраслевые приказы и постановления, а также постановления правительства.

До начала игры необходимо размножить следующие материалы:

- игровые формы и бланки;

- анкеты участника игры;

- учебный материал для каждой группы в виде брошюры;

- систематизированные списки проблем и решений по каждому изучаемому вопросу, накопленные по результатам предыдущих экспериментов;

- тексты инструктивных материалов (вводных и памяток) в разрезе игровых эпизодов;

- комплект информационных материалов (проспект игры, расписание эксперимента, состав организаторов игры и др.).

Проведение игры требует определенного материально-технического обеспечения. Так, для изготовления иллюстраций потребуются

ся фломастеры, ватман, писчая бумага, карандаши, ручки, резинки, краски и т.п. Для подготовки докладов необходимы пишущие машинки и калькуляторы. Следует также обеспечить участников игры питанием в обеденные перерывы и в перерывы "на чай". Для нормальной организации игры требуется обеспечить доставку преподавателей и других участников игры, для чего необходимо выделить транспорт. Для победителей игровых конкурсов надо заблаговременно приготовить сувениры и другие призы.

При проведении подготовительных работ целесообразно составить сводный график с распределением ответственных за каждую работу и выполнить подготовку в соответствии с этим графиком. Иногда бывает целесообразно провести несколько инструктивных совещаний лиц, ответственных за подготовку эксперимента, с рассмотрением вопросов готовности к проведению игры.

При подготовке игрового имитационного эксперимента может быть проведена первичная диагностика проблем предприятия. Эту диагностику выполняет группа организаторов игры. Методика проведения диагностики может быть различной, от свободного опроса руководителей и специалистов предприятия до проведения анкетирования. Целью диагностики является выделение до начала игры проблем, решение которых может дать наибольший эффект в новых условиях хозяйствования.

Опыт проведения имитационных игр различного назначения, анализ литературных источников, изучение родственных видов коллективной деятельности позволяет выделить следующие принципы проведения ПДИ "Аренда":

- полное погружение участников в проблематику игры;
- сбалансированность в игре различных видов деятельности;
- итеративность решений;
- соревновательность игровых групп;
- позитивная поддержка всех участников игры;
- максимальная демократизация отношений;
- методическая гибкость;
- управляемость ходом игры.

Принцип полного погружения в проблематику игры означает, что участники игрового эксперимента в течение всего времени его проведения должны заниматься только изучением вопросов нового хозяйственного механизма. При этом общая нагрузка должна быть весьма значительной — до 12 часов в сутки. Желательно также, чтобы и внеигровое время участники эксперимента проводили вместе. Это способствует сплочению творческих групп, что усиливает их экспертный потенциал.

Принцип сбалансированности в игре различных видов деятельности определяет способ, которым можно обеспечить полное погружение. Речь идет, прежде всего, о сбалансированности игровой деятельности и деятельности по поводу игры. Как следует из теории этого вопроса [Комаров, 1989], игровая деятельность должна служить источником иллюстраций для деятельности по поводу игры. Именно поэтому требуется многократное повторение одного и того же материала участниками игры. Данное положение касается,

прежде всего, содержания предлагаемых группой решений. Сначала эти решения формулируются как результат высказываний членов группы. Затем руководитель группы в порядке репетиции делает перед группой доклад. После обсуждения доклада руководитель дорабатывает материал, а члены группы готовят иллюстрации. Наконец, доклад еще раз звучит с трибуны в ходе итогового конкурса. Такое многократное повторение решений позволяет привести их в стройную систему, "отшлифовать" набор аргументов, взглянуть на продукт своего труда с разных точек зрения.

Принцип соревновательности игровых групп стимулирует активность участников эксперимента. Опыт проведения ПДИ "Аренда" на предприятиях показывает, что игроки придают большое значение тому, какое место они займут в конкурсе. Поэтому необходимо особенно тщательно подбирать жюри, следить за тем, чтобы оценки были справедливыми.

Принцип позитивной поддержки участников игры нацелен на создание благоприятной психологической обстановки. Организаторы игры должны замечать, поддерживать, и положительно оценивать любые "маломальские" успехи игроков. Надо не жалеть добрых слов по поводу действительно интересных находок и предложений, нужно обязательно выделять людей, внесших вклад в результаты игры. Этому в определенной мере служат призы. Публичное вручение сувениров, наград, памятных знаков и "званий" способствует положительному настрою на игру. Полезны также информационные табло, стенные газеты и т.п. Очень важно для придания результатам игры долговременных свойств (можно сказать, для лучшего внедрения результатов) отразить ход игры в средствах массовой информации.

Принцип позитивной поддержки необходимо соблюдать и по отношению к организаторам игры. Это означает, что следует давать положительную оценку ходу игры при любых стечениях обстоятельств. Если даже в ходе игры имеются сбои, если появилась группа лиц, пытающихся разрушить игровую деятельность, нельзя показывать вида, что в игре "что-то не так". Напротив, следует утверждать, что это нормальный, заранее предусмотренный аспект игры, что "игры без ссоры не бывает".

Принцип максимальной демократизации отношений означает, что в игре все ее участники равны между собой. Здесь нет начальников и подчиненных. Все имеют равное право назвать проблему или предложить решение. Особенно требуется следить за соблюдением данного принципа при организации групповой работы. Опыт показывает, что начальствующий состав пытается превратить групповую работу в обычное совещание. Этого нельзя допускать. Надо стремиться дать высказаться всем, строго соблюдать регламент, не забывать напоминать о равенстве всех перед задачами игры.

В целом при проведении игры "Аренда" необходимо стремиться к тому, чтобы ее участники сработали бы как коллектив единомышленников. Для достижения атмосферы единомыслия и целеустремленности надо приложить максимум усилий: заранее подготовить ядро группы — доверенных лиц, которые проводили бы ли-

нию организаторов игры, для принятия решений использовать голосование, по мелким вопросам идти на компромисс в целях решения коренных задач игры. Вообще-то здесь требуется мастерство и искусство научного руководителя игры.

Принцип методической гибкости означает, что при проведении отдельных игровых эпизодов необходимо исходить из складывающихся условий, не следуя в точности методической схеме. Так, при проведении "брейнсторминга" методика рекомендует ограничивать выступления регламентом в 1—2 мин. Иногда целесообразно отказаться от этого ограничения. Зачастую в игровом эпизоде "Выделение проблем" игроки начинают одновременно предлагать и решения, т.е. как бы перескакивают в следующий эпизод. В некоторых случаях (это зависит от кадрового состава группы) такое отступление от методики вполне допустимо.

Методическая гибкость должна проявляться также в том, что сохраняя регламент игрового эпизода, отдельные методические шаги можно выполнять с отступлением от запланированного времени.

Принцип управляемости ходом игры следует понимать широко. Речь идет о достижении цели игры, т.е. о максимальном внедрении в сознание участников основных идей хозяйственной реформы, о проведении в жизнь рекомендаций экономической науки. При этом должны сочетаться прямые и косвенные методы управления экспериментом. К прямым методам управления в данном случае относятся соблюдение расписания, доведение основных идей до сознания слушателей через лекции, сообщения, учебные материалы, консультации. К косвенным методам управления относятся такие, как формирование в среде участников группы соратников, которые бы служили проводниками идей организаторов игры; применение системы стимулов и поощрений; использование таких наборов ситуаций и иллюстративных материалов, которые с неизбежностью приводили бы участников к нужным выводам.

Практически это означает, что при подготовке игры необходимо провести специальную работу с активом участников: поставить перед ними задачи по генерированию идей как бы изнутри группы, проинструктировать их о том, как надо направлять ход того или иного игрового эпизода в нужное русло, выдать им (в случае необходимости) специальные ролевые предписания, типа "разрушитель идей", "оптимист", "пессимист" с просьбой исполнять эти роли инкогнито и т.д. Другими словами, в игре надо пользоваться скрытыми формами управления ходом эксперимента, когда его участники не осознают, что их сознательно направляют в некоторое русло идей и представлений. Такой прием создает у них иллюзию самостоятельного выбора новых путей, что имеет огромное значение для активизации процесса познания. Иногда даже можно "подыграть" им по поводу того или иного вопроса: сначала внедрить в сознание игроков через доверенных лиц новую идею, а когда игроки начнут ее высказывать, какое-то время изображать сопротивление ее принятию с тем, чтобы в процессе защиты новых идей игроки укрепились бы в своем убеждении, в том числе и за счет преодоления сопротивления организаторов игры. Конечно, надо отдавать се-

бе отчет, что это тонкие приемы управления и надо уметь ими пользоваться.

Правильное применение системы стимулов и поощрений обеспечивается членами жюри. На эту сторону игры следует обратить особое внимание. Члены жюри должны быть соратниками организаторов игры по основным вопросам изучаемой темы. Замечено, что воздействие учебного материала на результаты игры весьма велико. Другими словами, от подбора примеров, ситуаций, газетных статей и т.д. сильно зависит состав итоговых предложений и рекомендаций. Например, если обычно производственники даже не читают информацию о таких новых формах организации хозяйственной деятельности, как маркетинг, лизинг, контрактные отношения, то в игре эта информация для них актуализируется и они воспринимают ее, как говорится, "на одном дыхании". Этот прием целесообразно использовать в игре.

Для предупреждения сбоев в игре надо в течение игрового дня 3—4 раза проводить кратковременные собрания организаторов (например, во время "чайных" и обеденных перерывов) для обмена мнениями и впечатлениями по определенной схеме, которую надо отработать заранее.

В ПДИ "Аренда" используется целый арсенал методических средств для изучения участниками сущности арендных отношений.

1. Организаторы игры делают сообщения перед активом предприятия на этапе подготовки эксперимента.

2. В начале игры проводится лекция на тему "Итоги и перспективы хозяйственно-реформы".

3. Участникам дается время на самоподготовку до начала игры и в процессе ее проведения.

4. Первым этапом групповой работы является изучение новых хозяйственных возможностей предприятия.

5. В процессе выработки и обоснования предложений участникам игры предлагается множество новых сведений по решению проблем предприятия.

6. В ходе игры предусматривается выдача заданий отдельным участникам по изучению некоторых литературных источников с последующим сообщением всем группам краткого реферата этих источников.

7. Участники игры узнают много новых фактов, сведений и оценок от консультантов в перерывах между игровыми эпизодами, при возникновении споров, дискуссий и т.п.

Таким образом, ПДИ "Аренда" решает свои учебные задачи на основе активных методов обучения. Знания передаются участникам игры в тот момент, когда они наиболее актуальны для слушателя. Это обеспечивает эффективное их усвоение. Активный режим работы участников игры способствует концентрации их внимания на учебном материале. Постоянное в течение игры применение новых знаний для решения различных управленческих задач и ситуаций позволяет развить у слушателей навыки работы в новых условиях, что ценнее просто полученной суммы знаний. Вместе с тем для эффективной реализации всего спектра методов обучения в данной

игре необходимо следовать нескольким методическим рекомендациям.

Прежде всего, надо правильно пользоваться циклами часовой активности в пределах суток. Так, утренние часы являются самыми продуктивными для восприятия. Это особенно важно учитывать в данной игре, поскольку слушателями являются производственники, т.е. люди, отвыкшие от учебной деятельности. В утренние часы можно сообщать определенный объем знаний даже без применения мер активизации. Вечерние же часы лучше посвящать выполнению рутинных работ, либо использовать их для неформальной части программы эксперимента.

При чтении лекции также желательно применять приемы активного доведения материала. Известно, что через 15—20 мин слушатели устают от одного лектора и внимание приходится удерживать определенным усилием воли. Можно воспользоваться бригадной формой чтения лекций, когда “нить лекции” передается от одного лектора к другому либо когда преподаватели ведут диалог друг с другом. Хороший результат дает прием, когда один лектор читает лекцию, а другой одновременно иллюстрирует некоторые ее положения на доске.

Лекция может быть построена по проблемному типу. Один из приемов заключается в том, чтобы с помощью слушателей уточнить список рассматриваемых вопросов лекции, затем упорядочить его и прокомментировать. Важным является поддержание контакта с аудиторией в течение всей лекции. Это достигается как подбором материалов (рекомендуется равномерно распределить во времени подборки очень интересных, даже сенсационных фактов), так и правильным ритмом и динамикой изложения. Может оказаться полезной “вопрос-ответная” методика чтения лекции.

В некоторых эпизодах деловой игры отдельным игрокам предлагается подготовить реферативные обзоры по литературным источникам или по полученным на предыдущих сеансах ПДИ “Аренда” спискам проблем и решений. Этот прием рекомендуется использовать при генерировании альтернатив решения проблем предприятия. К этому времени преподаватель уже уяснил для себя “кто есть кто” из членов рабочей группы и может предложить информационную работу лицам, способным выполнить ее наиболее эффективно.

Организаторам-консультантам рекомендуется использовать все возможности для неформального рассмотрения разных аспектов нового хозяйственного механизма. С этой целью надо поддерживать любые попытки споров и дискуссий, разъяснять правильные позиции по новым трудным вопросам хозяйственной реформы, инициировать вопросы слушателей и давать на них ответы, привлекать знания участников для нахождения решений в сложных ситуациях и т.д.

Рассмотрим содержание имитационного сюжета ПДИ “Аренда”. Перед началом данного сюжета каждой игровой команде выдается форма “Расчет показателей деятельности предприятия” (табл.1.2—1.5). Численность работающих на каждом предприятии принимается равной 413 чел., средняя зарплата — 181 руб./мес.

Таблица 1.2

Расчет показателей деятельности предприятия № 1, работающего по первой модели хозрасчета

№	Наименование показателя	Ед. изм.	Факт. 1990	1991		1992		1993	
				план	факт.	план	факт.	план	факт.
1	Выпуск продукции	шт.	4						
2	Выручка от реализации	тыс.руб.	3860						
3	Материальные затраты включая амортизацию	» »	2580						
4	Фонд заработной платы с начислениями на соцстрах (22 коп. на 1 руб. продукции)	» »	837						
5	Валовая прибыль (стр.2-стр.3-стр.4)	» »	443						
6	Плата в бюджет за основные фонды (4 %)	» »	150						
7	Проценты за кредит (срок кредита 5 лет)	» »	10						
8	Отчисления вышестоящему органу (3,2 % от валовой прибыли)	» »	10						
9	Хозрасчетная прибыль (стр.5-стр.6-стр.7-стр.8)	» »	273						
10	Отчисления в ФРНТИ (44 % от хозрасчетной прибыли)	» »	120						
11	Отчисления в ФСР (39 % от хозрасчетной прибыли)	» »	93						
12	Отчисления в ФПМ (17 % от хозрасчетной прибыли)	» »	60						
13	Выпуск акций на сумму	» »	—						
14	Оплата дивидендов из ФМП	» »	—						
15	Выручка от первого заказа	» »	965						
16	Выручка от второго заказа	» »	965						
17	Выручка от третьего заказа	» »	965						
18	Выручка от четвертого заказа	» »	965						

Т а б л и ц а 1.3

Расчет показателей деятельности предприятия № 2, работающего по второй модели хозрасчета

№	Наименование показателя	Ед. изм.	Факт. 1988	1989		1990		1991	
				план	факт.	план	факт.	план	факт.
1	Выпуск продукции	шт.	4						
2	Выручка от реализации	тыс.руб.	3860						
3	Материальные затраты включая амортизацию	» »	2580						
4	—	—	—						
5	Валовой доход (стр.2-стр.3)	» »	1280						
6	Плата в бюджет за основные фонды (4 %)	» »	150						
7	Проценты за кредит (срок кредита 5 лет)	» »	10						
8	Отчисления вышестоящему органу (1 % от валового дохода)	» »	10						
9	Хозрасчетный доход (стр.5-стр.6-стр.7-стр.8)	» »	1110						
10	Отчисления в ФРНТИ (11 % от хозрасчетного дохода)	» »	120						
11	Отчисления в ФСР (8 % от хозрасчетного дохода)	» »	93						
12	Отчисления в ФОТ (81 % от хозрасчетного дохода)	» »	897						
13	Выпуск акций	» »	—						
14	Оплата дивидендов из ФОТ	» »	—						
15	Выручка от первого заказа	» »	965						
16	Выручка от второго заказа	» »	965						
17	Выручка от третьего заказа	» »	965						
18	Выручка от четвертого заказа	» »	965						

Т а б л и ц а 1.4

Расчет показателей деятельности предприятия № 3, работающего на аренде

№	Наименование показателя	Ед. изм.	Факт. 1988	1989		1990		1991	
				план	факт.	план	факт.	план	факт.
1	Выпуск продукции	шт.	4						
2	Выручка от реализации	тыс.руб.	3860						
3	Материальные затраты включая амортизацию	» »	2580						
4	—	—	—						
5	Валовой доход (стр.2-стр.3)	» »	1280						
6	Плата в бюджет за основные фонды (4 %)	» »	150						
7	Проценты за кредит (срок кредита 5 лет)	» »	10						
8	Арендный платеж (в течение 15 лет)	» »	10						
9	Хозрасчетный доход (стр.5-стр.6-стр.7-стр.8)	» »	1110						
10	Отчисления в ФРПНТ	» »	120						
11	Отчисления в ФСР	» »	93						
12	Отчисления в ФОТ	» »	897						
13	Выпуск акций	» »	—						
14	Оплата дивидендов из ФОТ	» »	—						
15	Выручка от первого заказа	» »	965						
16	Выручка от второго заказа	» »	965						
17	Выручка от третьего заказа	» »	965						
18	Выручка от четвертого заказа	» »	965						

Один из членов команды назначается директором предприятия. Он ведет все переговоры от лица команды и имеет право принимать решения в спорных случаях по ходу игровых действий.

Задача игровой команды заключается в последовательном заполнении всех граф формы, т.е. в составлении планов и отчетов на 1991—1993 гг. Цель каждого предприятия — в течение трех лет получить как можно больший хозрасчетный доход. По этому показателю определяется команда-победительница.

Все предприятия в начальный момент одинаковы по технико-экономическим показателям. Каждое предприятие выпускает в год по четыре изделия (станочных системы). В течение всех трех лет количество изделий не меняется. В первой графе игровой формы приведены отчетные данные за 1990 г. Выручка от реализации продукции (п.2 формы) составляет основу хозяйственных результатов предприятия, поскольку от этого показателя выполняется расчет всех остальных данных. При выполнении расчетов первое и

Таблица 1.5

Расчет показателей деятельности предприятия № 4, работающего как кооператив

№	Наименование показателя	Ед. изм.	Факт. 1988	1989		1990		1991	
				план	факт.	план	факт.	план	факт.
1	Выпуск продукции	шт.	4	4		4		4	
2	Выручка от реализации	тыс. руб.	3860						
3	Материальные затраты включая амортизацию	» »	2580						
4	—	—	—						
5	Валовой доход (стр.2-стр.3)	» »	1280						
6	Проценты за кредит (срок кредита 5 лет)	» »	10						
7	Налог на доходы (12 % от валового дохода)	» »	160						
8	Хозрасчетный доход (стр.5-стр.6-стр.7-стр.8)	» »	1110						
9	Отчисления в ФРПНТ	» »	120						
10	Отчисления в ФСР	» »	93						
11	Отчисления в ФОТ	» »	897						
12	Выпуск акций	» »	—						
13	Оплата дивидендов из ФОТ	» »	—						
14	Выручка от первого заказа	» »	965						
15	Выручка от второго заказа	» »	965						
16	Выручка от третьего заказа	» »	965						
17	Выручка от четвертого заказа	» »	965						

второе предприятия ограничены в выборе: они вынуждены формировать свои экономические фонды по стабильным нормативам. Третье и четвертое предприятия имеют возможность при заданной выручке варьировать величину фонда оплаты труда и фондов развития.

Каждый игровой год предприятия действуют по такому алгоритму:

а) принимают решения о выпуске акций трудового коллектива с целью мобилизации финансовых средств для решения производственных задач;

б) путем участия в аукционе (его проводят игротехники) формируют портфель государственных и инициативных заказов;

в) в зависимости от набранных заказов определяют плановое значение выручки от реализации продукции;

г) разрабатывают "легенду" о мероприятиях, в результате которых предприятие намерено снизить материальные затраты на определенное число процентов;

д) рассчитывают все показатели плана, при этом третье и четвертое предприятия могут самостоятельно определить размеры фонда оплаты труда и фондов развития;

е) осуществляют имитацию выполнения плана с помощью модели;

ж) составляют отчет о “фактических” результатах за год (по итогам имитации) и эти данные фиксируют в игровой форме;

з) осуществляют разбор результатов года.

Игроки имеют несколько рычагов, с помощью которых они могут воздействовать на хозяйственные результаты своего предприятия. Во-первых, есть возможность принять эффективные решения по привлечению средств работников предприятия. Во-вторых, от поведения игровой команды на аукционе государственных заказов зависит будущая выручка предприятия. В-третьих, изобретательность игроков при разработке “легенды” по снижению затрат позволяет увеличить доход. В-четвертых, правильно выбранная стратегия развития (при распределении хозрасчетного дохода по фондам) обеспечивает успех игровой команды.

Мы не будем рассматривать здесь технические приемы выполнения отдельных игровых действий — это довольно обширный материал, с которым желающие могут ознакомиться, сделав запрос в ИЭиОПП СО АН СССР. Остановимся лишь вкратце на заключительном эпизоде имитационного сюжета.

Результаты работы предприятий в течение года отражаются на плакате. Представители команд поочередно комментируют эти результаты и определяют факторы, которые, по их мнению, способствовали успеху или неудаче. Одновременно вскрываются достоинства и недостатки каждого варианта хозяйственного механизма: как они проявились в контексте деловой игры и как они проявляются в реальной хозяйственной практике. По окончании выступлений представителей всех групп руководитель игры подводит общие итоги сюжета. При этом приводятся данные, полученные в ранее проведенных игровых экспериментах, обсуждаются имеющиеся в игровой модели упрощения и существующие в практике тенденции. Особенно подробно анализируются отличительные особенности арендных отношений по сравнению с другими формами хозяйственного управления предприятием. Этим приемом осуществляется подготовка участников ПДИ к творческой работе в следующем — проблемном сюжете. Рассмотрим методические аспекты данного сюжета.

Его первый игровой эпизод — “Выделение проблем” — представляет собой групповую работу 8—15 специалистов. Их задача — составить список проблем, возникающих у предприятия в новых условиях хозяйствования.

Под проблемой в данном случае понимается разрыв между желаемым и реальным состоянием данной хозяйственной системы. Речь идет о таком разрыве, который было бы целесообразно устранить с точки зрения интересов и целей предприятия. При выделении проблем применяется метод “брейнсторминга”.

Рекомендуется следующая последовательность выполнения данного эпизода. Сначала консультант объявляет цель и порядок работы. При этом обязательно объясняется, что такое "проблема", как правильно сформулировать ее, приводятся примеры. Затем предлагается каждому участнику группы в течение 5 мин записать основные мысли и соображения — желательно каждую на отдельном листке бумаги (например, на перфокартах). После этого все члены группы высказываются в течение 1—2 мин (регламент устанавливает консультант группы в зависимости от местных условий; иногда целесообразно от регламента отказаться). Опрос продолжается до тех пор, пока не иссякнут идеи. Далее, кто-то по поручению консультанта оглашает проблемы, названные в предыдущих экспериментах с игрой "Аренда", причем каждая из этих проблем оценивается группой с точки зрения специфики данного предприятия и принимается решение о включении ее в список, особое внимание обращается на формулировку проблем. Этим достигается определенный учебный эффект, а главное — унификация и сопоставимость эмпирического материала. Консультант должен каждое высказывание участника сформулировать таким образом, чтобы оно соответствовало определенному стандарту.

В течение последних 15—20 мин данного эпизода осуществляется выбор пяти наиболее важных для предприятия проблем, решению которых будут посвящены последующие игровые эпизоды. Отобрать нужно действительно значимые для предприятия проблемы хозяйствования в новых условиях, решение которых зависит от самого предприятия, следуя принципу "крупных ломтей" желательно обратить внимание на проблемы, которые можно решить в ближайшие 1—2 года. Выбор можно осуществить несколькими способами: (а) общим согласием членов группы; (б) голосованием, когда каждый имеет только пять голосов и на голосование выносятся последовательно все проблемы из составленного списка; (в) ранжированием проблем, когда каждый участник присваивает каждой проблеме ранг важности и по сумме рангов проблемы упорядочиваются.

В результате следующего эпизода — "Генерирование предложений" — должен быть составлен пакет решений выделенных проблем.

Под решением в данном случае понимается предложение о выполнении мероприятий или работ, реализация которых позволяет снять проблему. В некоторых случаях это может быть предложение об одном мероприятии, в других случаях решение — это совокупность мероприятий, они характеризуются протяженностью во времени и определенными затратами ресурсов. Результатом мероприятий или работ, как правило, является какое-то нововведение (организационное, управленческое, техническое, социальное и т.п.) [Комаров, 1989].

Можно выделить несколько шагов при выполнении данного игрового эпизода: (1) генерирование вариантов решений проблемы; (2) составление описаний вариантов решения; (3) обсуждение всех

“за” и “против” по каждому варианту и выбор наиболее эффективных; (4) рассмотрение структуры доклада группы.

На первом шаге консультант организует работу по последовательному решению каждой проблемы одним из следующих методов: “брейнсторминг”, “аукцион идей”, “вопрос-ответный” метод, “дерево решений” и другие, которые, например, представляют собой комбинацию названных методов.

Содержание “брейнсторминга” было изложено выше. Заметим лишь, что для увеличения числа идей (при достаточном количестве участников) можно организовать в группе две-три подгруппы. Как показывает опыт, в этом случае число идей возрастает. Для повышения отдачи группы можно рекомендовать также вовлечение в какой-то момент дополнительных участников, которые предварительно изучали литературные источники по проблеме, читали отчеты о предыдущих играх и т.п. Они могут оживить ход “брейнсторминга” и вызвать дополнительный поток идей.

Метод “аукцион идей” представляет собой некоторую модификацию “брейнсторминга” (за счет усиления состязательного эффекта). Группа делится на подгруппы по 3—5 чел. Ставится задача назвать как можно больше идей по решению обсуждаемой проблемы. Назначается жюри из 3 чел., которое определяет пригодность идеи для включения ее в общий список. Консультант предоставляет возможность поочередно каждой соревнующейся подгруппе высказать одну идею. Жюри оценивает пригодность идеи, после чего идею высказывает следующая группа. Победителем является подгруппа, сгенерировавшая наибольшее количество идей. При реализации данного метода важно составить подгруппы приблизительно одинаковой квалификации. Положительной стороной данного метода является мотивированность участников при генерировании идей, отрицательной — определенное внутригрупповое напряжение, что может сказаться на последующих этапах игры.

Суть “вопрос-ответного” метода заключается в следующем. Формируется жюри из 3 чел., а группа делится на две соперничающие подгруппы. Первая подгруппа выдвигает идеи, вторая — задает уточняющие вопросы, направленные главным образом на “испытание” предлагаемого решения. Если первая группа “защитила” свою идею, то идея заносится в общий список. На следующей проблеме роли меняются, т.е. вторая подгруппа генерирует идеи, а первая задает разрушающие вопросы.

Метод “дерева решений” заключается в последовательном расчленении общего решения проблемы на иерархию частных решений. Логика здесь такова. Для общего решения проблемы определяются необходимые условия, которые, в свою очередь, можно рассматривать как подпроблемы. Для каждой такой подпроблемы определяется общее решение, для которого также нужны какие-то условия и т.д.

На втором шаге каждое решение описывается по определенной схеме, в которой приводится формулировка решения, перечисляются все преимущества и трудности в его реализации. Формулировку решения рекомендуется описывать по определенному шаблону,

указав, в частности, что, где, когда и какими силами необходимо сделать. Формулировки решения могут иметь, например, следующий вид: "организовать акционерное общество на предприятии в срок до конца марта текущего года, поручив инициативной группе от финансового отдела оформить это предложение в виде эксперимента по привлечению средств работников для целей производства".

Конечно, возможны отступления от представленного здесь шаблона. Однако применение стандартной формы описания формулировок решения способствует полноте изложения, обеспечивает сопоставимость разных идей и предложений.

На третьем шаге рассматриваемого игрового эпизода консультант группы организует обсуждение всех "за" и "против" по каждому решению. Делается это следующим образом. В определенной очередности участники группы оглашают результаты своей работы над конкретным предложением. Остальные члены группы высказывают свое отношение к формулировкам, аргументам, цифрам. После такого обсуждения вносятся необходимые коррективы в описание решения, и процесс повторяется до тех пор, пока не будут рассмотрены все предложения, сгенерированные группой.

На четвертом шаге руководитель группы излагает структуру своего будущего доклада. Поскольку время на оглашение доклада ограничено, нет смысла включать в него все предложения и решения группы. Из всей совокупности решений выбираются наиболее значимые, которые составляют основу доклада, по остальным решениям можно дать общую справку. Таким образом, на данном шаге игрового эпизода согласовывается и выбирается основная идея и соответствующая ей структура доклада.

Игровой эпизод "Разработка доклада" включает в себя несколько методических шагов: (1) ознакомление с работой других групп; (2) ознакомление с опытом других предприятий; (3) подготовка текста доклада; (4) репетиция доклада; (5) доработка доклада.

Перед началом данного игрового эпизода консультант группы выделяет одного-двух человек и дает им поручение изучить содержание решений, разработанных в других группах. При этом полезно составить письменные запросы в другие группы. Такие запросы необходимы еще и потому, что каждая группа разрабатывает ограниченное число проблем, а вопросы могут касаться всей совокупности задач соответствующего функционального блока.

Кроме того, консультант дает поручение нескольким членам группы (такие поручения можно давать и подгруппам) изучить опыт других предприятий по данным литературных источников, а также по результатам предыдущих проигрываний ПДИ.

На первом шаге игрового эпизода группа заслушивает информацию о результатах работы других игровых групп, обсуждает эту информацию и принимает решение о включении новых сведений в доклад группы.

На втором шаге аналогичная работа проводится с информацией об опыте других предприятий в решении проблем данного функционального блока хозяйственного механизма. Члены группы заслу-

шивают сообщения об опыте предприятий и принимают решение об использовании этого опыта в докладе.

На третьем шаге составляется текст доклада группы. Эту работу можно выполнить по-разному. Например, можно разделить доклад на отдельные разделы и поручить готовить эти разделы подгруппам, можно весь доклад поручить руководителю группы. В методическом плане здесь важно обеспечить эффективную работу всего коллектива группы. Поэтому если даже доклад готовит один человек, остальным следует поручить изготовление иллюстраций, формулировку девиза или эпиграфа к докладу, выполнение расчетов или поиск информационных справок из нормативных документов, отчетов предприятия или литературных источников.

На четвертом шаге проводится репетиция доклада перед внешними рецензентами. К этому времени от каждой группы выделяется по два рецензента — “черный” и “белый”, которые направляются в другие группы. Задача “черного” рецензента — обратить внимание на трудности и “подводные камни” на пути внедрения решений, содержащихся в докладе, “белого” — отметить достоинства решений, подказать докладчику, какие дополнительные аргументы или направления совершенствования решений можно было бы использовать при их реализации.

После оглашения доклада на репетиции рецензенты делают замечания и, не вступая в полемику, удаляются. Докладчики могут учесть, а могут и не учитывать замечания рецензентов. Задачей репетиции не является защита доклада, а лишь выявление возможных возражений и впечатлений.

Кроме рецензентов, по докладу высказываются также все члены группы. Они обращают внимание на форму изложения, структуру доклада, доходчивость идей и т.д.

На пятом шаге осуществляется доработка доклада по результатам испытаний. Одновременно с этим члены группы изготавливают плакаты, графики или таблицы к докладу. Сам доклад можно представить в виде групповой сценки. Например, руководитель может осветить лишь идеи, а его ассистенты — рассказать об отдельных решениях. Такая форма доклада лучше воспринимается.

Защита доклада организуется в общем зале в виде конкурса, в котором участвуют все группы. Перед началом конкурса формируется жюри. В состав жюри входят директора предприятий и другие авторитетные специалисты, по возможности, из числа приглашенных на игру сторонних наблюдателей. Опыт показывает, что участники игры болезненно относятся к результатам конкурса докладов и даже выражают протест против включения в жюри тех лиц, которые участвовали в работе группы. Именно поэтому, кстати, генерального директора и нескольких крупных руководителей предприятия целесообразно использовать в игре как экспертов высшего ранга, не включая их в число участников групп.

Задача жюри заключается в определении группы-победительницы и в выделении наиболее интересных предложений по решению проблем. На первом шаге, еще до начала конкурса члены жюри определяют правила оценки доклада. Например, можно оценивать по

пятибалльной шкале четыре фактора: (1) содержание доклада, (2) форму сообщения, (3) ответы на вопросы, (4) активность группы.

В процессе проведения конкурса каждый член жюри выставляет оценки по каждому фактору, а секретарь жюри заносит их в таблицу. После окончания выступлений представителей рабочих групп один из членов жюри выступает перед аудиторией с комментариями прослушанных докладов. В это время секретарь жюри выполняет расчеты итоговых оценок. В заключение председатель жюри называет победителей и вручает призы.

После завершения всех выступлений и подведения итогов конкурса председателем жюри выступает руководитель деловой игры, который называет содержательные, методические и учебные результаты игры. Он дает общую оценку коллективу участников игры, нацеливает их на работу по внедрению принятых в игре предложений.

В ходе игрового имитационного эксперимента первичная информация формируется в виде: записей в дневнике эксперимента, который ведет каждый консультант; магнитофонных записей выступлений на заключительной дискуссии; текста доклада или конспектов источников, подготовленных на разных этапах игры; анкетных данных; интервью или тестовых опросов; стенограмм протокольных записей секретарей групп.

На основании этих данных организаторы игры составляют содержательный отчет, который используется рабочей группой предприятия для создания нормативных документов (устава, договора и т.п.) и программы перевода предприятия на аренду.

После проведения серии экспериментов с ПДИ "Аренда" систематизированные суждения и высказывания ее участников (экспертов) составляют исследовательскую информацию, на основании которой можно вывести общие решения проблем арендных отношений; уточнить условия, при которых аренда наиболее эффективна или, наоборот, противопоказанна; наметить направления совершенствования этой формы хозяйствования. Некоторые результаты таких исследований приведены в следующем параграфе.

1.3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВОПРОСОВ АРЕНДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ С ПОМОЩЬЮ ПРОБЛЕМНОЙ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ "АРЕНДА"

Проблемная деловая игра "Аренда" проводилась на предприятиях (главным образом в Сибири) и в различных учебных циклах (школы менеджеров, семинары, конференции) в период 1987—1990 гг. в общей сложности 30 раз.

В процессе экспериментального исследования было опрошено 1723 эксперта (хозяйственные руководители и специалисты) и выявлены их позиции по различным аспектам применения на практике новых форм хозяйственного управления. Метод игрового имитационного моделирования позволил в активной форме передать каж-

дому участнику сумму знаний по механизму действия того или иного положения арендных отношений и только после этого предъявить эксперту (хозяйственнику) вопрос о возможных последствиях реализации этих положений на практике. С помощью такого приема многократно повышается экспертный потенциал респондентов, что позволяет получить обширный массив компетентных суждений по сути изучаемых вопросов. Его обработка дает возможность сделать содержательные выводы относительно выдвинутых исследовательских гипотез.

Прежде всего изучалось отношение руководителей к хозяйственной реформе в целом. Для этого в процессе имитационных экспериментов проводился опрос участников (до и после изучения особенностей новых принципов хозяйствования в игровом режиме). Ответы участников игровых экспериментов о последствиях проведения хозяйственной реформы до и после игры распределились следующим образом (%):

	До игры	После игры
Ожидается резкое улучшение результатов хозяйственной деятельности предприятия	3	3
Произойдет умеренное улучшение результатов хозяйственной деятельности	40	63
Ничего существенно не изменится	13	11
Возникнут новые трудности, и результаты работы предприятия ухудшатся	25	13
Другие точки зрения	19	10

Как видно, достаточно большое число хозяйственных руководителей до игры скептически оценивали результаты реформы: лишь 43 % опрошенных верили в ее успех (значительный или умеренный). Позитивным результатом проведения деловых игр следует считать существенное изменение оценок, которые дают реформе хозяйственные руководители: после игры уже 66 % респондентов положительно оценивали результаты реформы.

Итак, можно сделать вывод, что экономическая реформа нуждается в существенной поддержке. Основные причины пессимистического отношения к ней заключаются, по мнению хозяйственников, в отсутствии оптовой торговли, что порождает неуверенность в надежности материально-технического обеспечения; в диктате ведомств и, в частности, в дискриминационных по отношению к хорошо работающим предприятиям нормативах отчисления средств из хозрасчетного дохода в пользу министерств (которые затем перераспределяют их плохо работающим предприятиям, зачастую из Сибири в европейскую часть страны); в несправедливых ценах на продукцию многих предприятий Сибири; в большой доле госзаказа, что лишает предприятия самостоятельности; в нормативном формировании фондов экономического стимулирования и др.

Далее изучались перспективы применения на предприятиях Сибири различных схем (моделей) хозяйственного механизма. Для этого также был выполнен опрос хозяйственных руководителей и

специалистов, принявших участие в игровых имитационных экспериментах с применением ПДИ "Аренда".

Результаты опроса показывают, что большая часть производственников высказывается за применение арендной системы. По мнению руководителей аренда позволяет решить три важных проблемы: а) заменить административные отношения с министерством на экономические, основанные на хозяйственном договоре, где определены права и обязанности двух равноправных партнеров; б) многочисленные платежи вышестоящей организации заменить фиксированной арендной платой, в результате чего у предприятия появляется стимул наращивать производство с постепенным уменьшением доли этих платежей в общих расходах предприятия; в) вместо распределения дохода по директивно установленным нормативам самостоятельно распределять его между фондом накопления и фондом потребления. Ответы на вопрос о выборе конкретного варианта хозяйственного механизма распределились так (%):

	До игры	После игры
Первая модель хозрасчета (нормативное распределение прибыли)	16	—
Вторая модель хозрасчета (нормативное распределение дохода)	19	5
Аренда предприятия	46	56
Кооператив	8	5
Народное предприятие (основанное на выпуске акций трудового коллектива)	8	9
Ассоциация малых предприятий (придание самостоятельности цехам или производствам и объединение их на экономической основе с помощью договоров)	3	25

При этом многие предприятия рассматривают аренду как промежуточную форму хозяйственного управления. Они считают, что целью аренды является выкуп предприятия у министерства. После участия в игре на 10 % увеличилось число сторонников аренды, на 22 % — число тех, кто хотел бы преобразовать крупное предприятие (чаще всего объединение) в ассоциацию самостоятельных малых производств.

В ходе проведения данного исследования мы столкнулись с таким интересным явлением. При проведении опроса директоров на этапе экспертизы проекта Закона СССР "О государственном предприятии (объединении) в СССР" многие руководители критиковали первую модель хозрасчета и ратовали за применение остаточного принципа формирования единого фонда оплаты труда.

Эти замечания были учтены, и Закон позволяет формировать заработок остаточным методом. Однако многие (большинство) промышленные предприятия Сибири предпочли первую модель хозрасчета, при которой фонд заработной платы формируется нормативом от валовой выручки. В ходе деловых игр они объясняли это неуверенностью в позитивных результатах хозяйственной реформы, в

частой смене законов, а вторая модель хозрасчета предполагает определенный риск, на который руководители не решаются (из-за недоверия к центральным органам). Углубленное изучение преимуществ разных форм хозрасчета в процессе деловых игр оказывало сильное воздействие на руководителей. Лица, прошедшие деловую игру, склонны отказаться от применения первой модели хозрасчета.

Перевод на аренду предприятий Сибири оказался связанным со многими трудностями. Прежде всего, здесь находится большое число предприятий, относящихся к так называемым базовым отраслям народного хозяйства. На эти предприятия пока не распространяются положения основ законодательства СССР об аренде. Во-вторых, при заключении договоров с арендодателем (министерством) предприятиям предлагают такие условия работы, при которых теряет смысл получение самостоятельности (речь прежде всего идет о непомерно высоком уровне арендной платы и об обязательном включении в план обширной номенклатуры изделий). По этим причинам, в частности, отказались от аренды Магнитогорский калибровочный завод, на котором мы проводили консультирование; "Кузбассэлектромотор" (Кемерово); "Сибстанкоэлектропривод", "Сибэлектротяжмаш" (Новосибирск) и некоторые другие.

Некоторые предприятия при участии ИЭиОПП СО АН СССР в настоящее время подготовили необходимые нормативные документы для перехода на аренду. Речь идет о Новосибирском оловокомбинате, о некоторых предприятиях ПО "Сургутнефтегаз" и ряде структурных единиц НПО "Вектор" (г. Новосибирск). Подготовка коллективов этих предприятий к работе в условиях аренды дала определенный положительный эффект: на этих предприятиях усилились элементы самоуправления, вместо советов трудового коллектива сформированы советы арендаторов, трудовой коллектив более заинтересованно стал относиться к вопросам хозяйственного управления, что, в свою очередь, улучшило результаты деятельности предприятий. Так, на Новосибирском оловокомбинате прибыль за 1989 г. выросла на 25 % вместо планируемых 8 %.

Магнитогорский калибровочный завод, Новосибирский оловокомбинат, Новосибирский авиационный завод им. В.П. Чкалова, Топкинский механический завод (Кемеровская область), ПО "Трансмаш" (г. Барнаул) и др. пошли по пути внедрения арендного подряда в подразделениях. В арендно-подрядных подразделениях этих предприятий наблюдается значительное улучшение всех экономических показателей: на 30—40 % снижаются материальные затраты; уменьшается численность работающих, главным образом за счет сокращения управленческого персонала; повышается качество продукции, работ и услуг; растет выпуск продукции.

В ПДИ "Аренда" было проведено несколько экспериментов по исследованию перспектив применения акций трудового коллектива.

Большинство участников этих экспериментов отмечают, что в условиях рыночной экономики и развитой инфраструктуры наилучшей формой хозяйственного управления являются акционерные предприятия. При этом владельцами акций предприятия могут быть как члены трудового коллектива данного предприятия, так и

иные юридические и физические лица. Такая форма хозяйственного управления позволяет осуществить разгосударствление собственности и на этой основе повысить интерес работника к результатам своего труда. Акционерные предприятия позволяют эффективно реализовать управление с четким разграничением законодательной, исполнительной и контрольной власти, а также функций собственника (акционеры), администрации (назначается собственником) и трудового коллектива (нанимается администрацией). При этом возможны различные формы соединения экономических интересов социальных групп и органов управления. Так, трудовой коллектив может владеть частью акций и с их помощью оказывать влияние на важнейшие хозяйственные решения. В другом случае трудовой коллектив может иметь дополнительные права, определенные уставом коллективного предприятия, и оказывать влияние на его хозяйственную судьбу через участие в правлении или совете. Акции может владеть любой орган государственного управления (банк, министерство, местные Советы и др.), что делает их совладельцами предприятия. Здесь происходит соединение интересов не на административной, а на экономической основе. Возможно также применение акций с целью мобилизации средств работников. На части сибирских предприятий такой опыт уже имеется. Так, Новосибирский оловокомбинат выпустил именные акции трудового коллектива с целью аккумуляирования финансовых средств для решения социальных задач коллектива. Эти акции обеспечивают держателям достаточно высокий дивиденд (до 12 % годовых). Авиационный завод в Улан-Удэ также выпустил именные акции трудового коллектива. Имеются и другие примеры. Конечно, данный вид ценных бумаг нельзя назвать акциями в строгом смысле этого слова. Скорее это облигации с неопределенным сроком погашения. Однако этот термин уже прижился в отечественной практике, и данный вид ценных бумаг получил название "акции трудового коллектива".

С учетом этой оговорки все множество акций, которые применяются или могут применяться в хозяйственном управлении на предприятиях, можно разделить на следующие типы:

а) акции трудового коллектива целевого назначения. По существу, это заемные средства, которые предприятие использует для решения социально-экономических, или производственных проблем. Так, на Новосибирском оловокомбинате были выпущены акции для строительства жилого дома, в других случаях эти средства идут на строительство объектов соцкультбыта;

б) акции трудового коллектива общего назначения. Эти заемные средства используются на любые, необходимые производству, нужды. Как и в первом случае, эти акции работник приобретает за счет своих личных сбережений или за счет фонда оплаты труда, количество их, как правило, невелико. В положении о выпуске таких акций фиксируются правила их выкупа в случае расторжения работником трудовых отношений с предприятием;

в) акции трудового коллектива, которые закрепляют за работником пай принадлежащего ему имущества. Эти акции выделяются работнику как часть хозрасчетного дохода предприятия. По ним

начисляются дивиденды, но самое главное — они делают работника совладельцем предприятия и дают ему право голоса на общем собрании акционеров, которое и является собственником предприятия;

г) акции предприятия, которые реализуются только юридическим лицам, т.е. другим предприятиям, банкам, организациям.

Возможны и смешанные формы акционерных форм хозяйствования. В частности, интерес представляет случай, когда предприятие выпускает акции трудового коллектива, но при этом часть акций реализует своим смежникам и поставщикам, заинтересовывая их в конечном результате.

Особенности применения четырех рассмотренных типов акции обсуждались в рамках проблемного сюжета ПДИ "Аренда". Большинство участников игры сошлись на том, что акции трудового коллектива первых двух типов должны применяться немедленно. Многие предприятия (ПО "Сургутнфтегаз", Топкинский механический завод, "Кузбассэлектромотор" и Кемеровский электромеханический завод) уже разработали положение о выпуске акций трудового коллектива. По нашему мнению широкое применение таких акций позволит подготовить предприятия к развитию более прогрессивных форм применения акций в хозяйственном управлении.

Акции третьего типа признаны наиболее интересной формой совершенствования хозяйственного управления. В этом случае создаются народные предприятия, на которых работники действительно являются хозяевами.

Широкое распространение данного варианта коллективного предприятия позволяет, с одной стороны, сохранить общественную собственность на средства производства и, с другой — ликвидировать отчуждение работника от этих средств.

Следующая группа вопросов, по которым проводилось исследование относится к проблемам внутрипроизводственного хозрасчета. Ответы респондентов по поводу выбора варианта внутрипроизводственного хозрасчета распределились следующим образом (%):

	До игры	После игры
Действующая на предприятии форма хозрасчета	19	5
Коллективный подряд	26	18
Арендный подряд	30	41
Кооперативы внутри предприятия	2	11
Смешанные формы	23	25

Большая часть респондентов отдает предпочтение подрядным формам организации внутрипроизводственного хозрасчета. При этом арендный подряд в данном случае рассматривается как более развитая форма коллективного подряда. Если при коллективном подряде подразделениям в полное распоряжение передается фонд оплаты труда, то при арендном подряде коллектив подразделения принимает на себя обязательства по рациональному использованию средств производства. В зависимости от условий производства (длительность производственного цикла, степень разделения и коопери-

рования труда и др.) реализуются разные схемы арендного подряда. Зачастую возникает необходимость изменить структуру предприятия: ввести внутренний банк (финансово-расчетный центр) с правом кредитовать подразделения, организовать чековую или иную систему взаиморасчетов, определить внутрипроизводственные цены на продукцию цехов и услуги отделов и т.п.

Проведенные ИЭиОПП СО АН СССР исследования показывают, что внедрение коллективных форм организации и оплаты труда сталкивается с рядом трудностей. Главная причина многих из них — выполнение условий коллективного и арендного подряда не в полном объеме. Нередко руководители предприятий не идут на то, чтобы весь заработок оставался в распоряжении коллектива и распределялся бы между его членами независимо от численности. Лишь в 20 % случаев данное условие соблюдалось в полной мере. Вторая причина трудностей — неразвитость хозяйственного механизма управления в целом для предприятия. Коль скоро предприятие управляется преимущественно административными методами, то такой стиль управления с неизбежностью транслируется и на уровень цехов и подразделений.

Тем не менее, в целом отношение руководителей к коллективному подряду оптимистично. Анкетный опрос членов Клуба директоров выявил мнение, что коллективный подряд может дать увеличение объема производства на 5—40 %, сократить численность работающих на 5—60 %. Многие считают, что при этом произойдет снижение себестоимости продукции и повышение ее качества.

При переходе предприятий на аренду их коллективам приходится принимать решения по таким трудным вопросам, как:

- срок аренды;

- размер арендной платы;

- распределение хозрасчетного дохода по фондам;

- распределение единого фонда оплаты труда между работниками.

Эти и другие вопросы также были исследованы в ходе экспериментов с ПДИ "Аренда".

Относительно срока аренды были высказаны суждения о том, что здесь интересы арендодателя и арендатора зачастую не совпадают. Арендодатель заинтересован в уменьшении этого срока (и практика подтверждает эту тенденцию, особенно в сфере бытового обслуживания и торговли), чтобы иметь возможность изменить условия в свою пользу сразу же после первых хозяйственных успехов. Арендатор же заинтересован в более длительных сроках аренды, в гарантии стабильности.

Большая часть наших респондентов склонялась к тому, что срок аренды должен быть близок к сроку службы арендованного имущества. Это условие часто связывалось с желанием выкупить предприятие по истечении срока арендного договора. Отсюда следует вывод о необходимости прежде всего формулировать цель создания арендного предприятия. Если аренда — лишь промежуточная форма на пути к народному предприятию, то понятия "срок аренды" и "арендная плата" взаимосвязаны, так как сумма арендных плате-

жей в течение срока действия арендного договора должна быть равна стоимости выкупаемого имущества.

Арендная плата, по мнению участников экспериментов, является величиной договорной и может определяться исходя из нескольких соображений. Если арендный коллектив намерен выкупить предприятие за полную стоимость, то надо определить остаточную стоимость имущества и разделить ее на срок аренды. Это, строго говоря, не есть арендная плата. Но на практике такая логика может быть признана целесообразной. При этом из общего имущества иногда вычитают все, что уже существует дольше амортизационного срока, и все, что создано за счет собственных средств коллектива на условиях самофинансирования (после введения в действие Закона СССР о государственном предприятии (объединении)).

Если предприятие переходит на аренду без последующего выкупа, то арендная плата, по мнению респондентов, формируется с учетом следующих соображений. Результатом деятельности арендного предприятия являются прибыль, накопленная амортизация на арендованное имущество, остаток частично изношенного имущества. Следовательно, арендатор должен вернуть арендодателю то, что взял (амортизация плюс изношенное имущество) и часть прибыли, в размере, которую арендодатель получил бы, продав имущество и поместив вырученные деньги в банк. Такова формальная логика определения арендной платы. На практике возможны и другие варианты, которые зависят от экономического состояния предприятия, его профиля, иных соображений.

Так, участники ПДИ "Аренда" приводили примеры, когда арендодатель требует, чтобы арендатор, во-первых, платил ему не меньше чем раньше (когда отчисления направлялись вышестоящему органу) и, во-вторых, с повышением размера платежа по годам. На это арендатор вынужден идти ради получения экономической самостоятельности (да и эффект от аренды, как правило, так высок, что позволяет "откупиться" и за более высокую цену).

В условиях аренды, как уже отмечалось, предприятие самостоятельно распределяет хозрасчетный доход между фондами оплаты труда и развития производства. Участники ПДИ предложили несколько подходов к решению этой задачи. В первом случае необходимо задаться критерием, например, максимизацией суммы заработной платы за пять лет. Затем построить варианты распределения дохода, варьируя суммы, направляемые на развитие, имея в виду, что если сейчас больше направить на зарплату, то через пару лет состарится производственный аппарат и доходы снизятся, и наоборот.

Привлекательным видится подход, когда распределению хозрасчетного дохода предшествует разработка целевой программы развития предприятия. Эта программа должна содержать комплекс мероприятий и работ, проработанных по степени важности. Каждое мероприятие требует определенных средств на его реализацию. Следовательно, задача распределения хозрасчетного дохода сводится к гласному, демократическому выбору (на заседании совета

арендаторов) первоочередных мероприятий и выделению на эти цели части дохода.

В основу распределения могут быть положены и иные соображения, например, обеспечение стабильности зарплаты работников в условиях инфляции и др.

Арендное предприятие по своему статусу самостоятельно определяет порядок найма и увольнения работников, формы и системы оплаты труда, распорядок рабочего дня, сменность работы, порядок предоставления выходных дней и отпусков. Подходы к решению этой задачи также рассматривались в экспериментах с ПДИ "Аренда".

Участники экспериментов исходили из того, что кроме традиционной системы тарифов и окладов арендное предприятие может применять и иные системы оплаты. Например, систему трудодней с присвоением отдельным работникам повышенных коэффициентов значимости. Так, в МНТК микрохирургии глаза каждый работник имеет коэффициент (от 4,7 у С.Н. Федорова и 4,5 у ведущего хирурга до 1,0 — у санитарки). Фонд оплаты труда распределяется с учетом отработанных дней и с поправкой на эти коэффициенты.

Каждый работник арендного предприятия имеет два источника личного дохода: от труда и от имущества. Собственное имущество работника данного предприятия определяется тем паем (или пакетом акций), которым он располагает. В общем случае в имуществе, находящемся в собственности арендного предприятия, определяются размеры вкладов членов трудового коллектива в создание этого имущества за счет их личного трудового участия, а также денежных и других имущественных взносов. На стоимость вклада члена трудового коллектива в имущество предприятия выдаются акции, по которым выплачиваются дивиденды в размерах, определяемых трудовым коллективом, исходя из результатов работы. Участники игровых экспериментов предлагали, как правило, порядок, согласно которому члены трудового коллектива, прекратившие с ним трудовые отношения, сдавали бы свои акции предприятию и получали свой пай деньгами. Исключение предлагалось лишь для пенсионеров или для лиц, покинувших предприятие для выполнения государственных обязанностей (выборы в народные депутаты, служба в армии и т.п.). Это соответствует общепризнанной концепции функционирования арендного предприятия, которая базируется на предположении о том, что держателями акций являются только члены трудового коллектива, хотя на практике возможны и иные решения. Например, на РАФе Совет арендаторов принял решение продавать акции трудового коллектива и другим лицам за свободно конвертируемую валюту.

В целом проведенные экспериментальные исследования позволяют сделать вывод о том, что аренда предприятий — важный этап разгосударствления экономики. В рамках аренды могут пройти апробацию многочисленные схемы соединения работника со средствами производства (акции, лицевые счета, паевые книжки, неделимая собственность и др.). Здесь появляется возможность испытать различные экономические методы государственного регулирования

хозяйством (налоги, банковский процент, льготы, санкции, оптовая торговля и т.п.).

1.4. ИССЛЕДОВАНИЕ СВОЙСТВ ЗАЛОГОВОЙ СХЕМЫ АРЕНДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Залоговая схема арендных отношений до сих пор не привлекала внимания исследователей. Мы не нашли ни одной научной публикации по данной теме. Между тем, эта схема обладает рядом интересных свойств, позволяющих организовать эффективные формы хозяйственных связей. Для изучения этих свойств в течение 1980—1989 гг. мы выполнили исследования залоговых отношений с применением метода имитационных игр. Ниже излагаются результаты этих исследований.

Для решения поставленных задач применялись все три составляющие метода имитационных игр: аналитический, экспертный и экспериментальный. С помощью аналитического метода выполнялись постановка и проведение игровых экспериментов. При этом изучался опыт применения залоговых схем арендных отношений по данным литературных источников, по материалам научных семинаров и на основании обследований пунктов проката Новосибирска; часовых мастерских Ленинграда и Новосибирска, производящих обезличенный ремонт часов; прокатных подразделений треста Сибкакадемстрой, УМТС СО АН СССР.

С помощью экспертного метода выделялись формы реализации залоговых отношений, генерировались предложения по распространению этих схем, уточнялись их экономические свойства и преимущества, обсуждались возможные трудности и пути их преодоления.

Экспериментальный аспект исследования заключался в том, что перед каждым проведением имитационных игр уточнялись постановки исследовательских задач, деятельность участников экспериментов направлялась на решение заранее фиксированных вопросов, полученные экспериментальные данные систематизировались и обобщались с единых позиций, что позволяло на каждом этапе исследований уточнять как общую концепцию решения проблемы, так и ее отдельные стороны. Исследования выполнялись с использованием двух имитационных игр — “Залоговая схема потребления” и “Альтернативные способы удовлетворения потребностей”.

Эксперименты с имитационной игрой “Залоговая схема потребления” включают в себя три последовательных сюжета: подготовительный, имитационный и проблемный. Большая часть подготовительного сюжета протекает вне аудитории. Участникам игры (20—30 чел.) предлагаются материалы с изложением сущности залоговой схемы арендных отношений, ее модификаций и возможных преимуществ, а также копии публикаций и исследовательских отчетов, в которых приведены примеры реализации залоговых схем. Назначение данного сюжета — дать общее первоначальное ознакомление с проблемой, настроить участников игры (экспертов) на исследовательскую работу в игровом эксперименте.

В рамках имитационного сюжета участникам эксперимента демонстрируется игровой вариант залоговой схемы продажи молока. Игроки исполняют роль покупателей и "проживают" две тридцатидневки. В результате они накапливают статистику функционирования залоговой схемы, на базе которой можно выявить факторы и источники получаемой при этом экономии. Совокупность полученных здесь цифровых материалов как бы заменяет материалы натурного обследования разнообразных вариантов залоговых схем.

В игре воссоздается следующая условная ситуация. Каждый участник игры имитирует поведение человека, ежедневно покупающего один литр молока, которое продается в пяти магазинах на разных условиях.

Магазин № 1 предлагает молоко в литровых бутылках, изготовленных из упрочненного облегченного стекла. Срок службы такой бутылки составляет 10 дней, хотя в отдельных случаях она может разбиться в первый же день или, наоборот, служить 15—20 дней (это моделируется специальным имитатором). Магазин придерживается следующих условий продажи. Если клиент делает покупку впервые, то он платит 3 руб. за бутылку с молоком. Каждый следующий день происходит одно из двух: либо клиент возвращает магазину целую бутылку и получает очередную бутылку с молоком бесплатно, либо бутылка разбивается и тогда надо снова платить 3 руб. или обратиться в другой магазин.

Магазины № 2, 3 и 4 предлагают молоко соответственно в грубостеклянных, керамических и пластиковых литровых бутылках. Средний срок службы таких бутылок составляет соответственно 6; 5 и 3 дня, хотя в конкретных случаях (по показаниям модели) бутылка может разбиться раньше или позже. Условия продажи в этих магазинах таковы. Первую бутылку с молоком они продают соответственно за 1,2; 0,9 и 0,5 руб. При возврате целой посуды очередная бутылка с молоком обходится покупателю соответственно в 0,12; 0,15; 0,20 руб. В случае поломки посуды надо платить первоначальную цену.

Таким образом, во всех рассмотренных случаях (включая магазин № 1) бутылка имеет залоговую цену, которая учитывается при продаже клиенту очередной бутылки с молоком. Покупатель имеет право сдать бутылку в данный магазин и получить деньги.

Магазин № 5 продает молоко по цене 0,3 руб. в бумажных литровых пакетах разового пользования.

Все пять магазинов находятся в распоряжении игрока, выполняющего роль продавца. Его задача заключается в продаже в течение 30 дн. (период игровой имитации) молока таким образом, чтобы получить наибольший доход. Размер дохода зависит от того, через какие магазины клиенты станут покупать молоко. Поэтому в процессе игры продавец может время от времени уменьшать величину залоговых цен.

В игре одновременно участвует несколько автономных групп по четыре человека каждая. Три человека выполняют роль покупателей, четвертый — продавца. Каждый покупатель должен в течение 30 дн. ежедневно покупать один литр молока в любой таре. Он мо-

жет выбирать любой магазин и, следовательно, истратить за это время разную сумму денег. Цель покупателя — минимизировать затраты. Обычно в одном эксперименте разыгрывается два тридцатидневных периода.

Итоги имитационного сюжета игры сводятся в таблицы, которые характеризуют доходы магазинов и, следовательно, уровень эффективности разных залоговых схем, а также источники этих доходов (за счет срока службы бутылок, величины залоговых наценок и т.п.). На основании этих таблиц выполняется анализ полученных результатов.

Третий — проблемный — сюжет предусматривает формирование из игроков четырех исследовательских групп. Этим группам предлагается на основании игрового и жизненного опыта, а также на основании изученных материалов составить предложения по расширению применения залоговых схем, сконструировать новые схемы, пополнить список преимуществ применения залога в отношениях между производителями и потребителями изделий, определить возможные трудности их применения на практике.

Руководители игровых групп организуют работу по различным методикам. В одних группах применяется метод “брейнсторминга”. В других — участникам предлагается выработать свою точку зрения по каждому обсуждаемому вопросу и сделать в группе сообщения, на основании которых руководитель подготовит потом сводный доклад. В третьем случае каждый участник специализируется на подготовке ответов по одному вопросу, а при обсуждении руководитель конструирует доклад из наиболее интересных решений.

При подготовке итогового сообщения от имени группы ее руководителю требуется:

а) сформулировать общие принципы функционирования залоговой схемы отношений;

б) определить признаки, по которым необходимо отбирать предметы или изделия для реализации их по залоговым схемам (например, такие признаки, как редкое использование предметов потребителями, их дефицитность, необходимость повторного использования и т.д.);

в) выделить сферы потребления, в которых удобнее всего применять залоговые схемы отношений;

г) составить список трудностей, которые будут возникать при реализации залоговых схем на практике, и предложить пути преодоления этих трудностей.

На заключительной пленарной сессии организуется конкурс групповых докладов. Жюри оценивает итоги конкурса и определяет победителей.

После проведения эксперимента его организаторы анализируют полученные предложения, уточняют первоначальную концепцию, выделяют вопросы, требующие дополнительного рассмотрения, организуют очередной эксперимент.

Всего с игрой “Залоговая схема потребления” было проведено восемь экспериментов. В ней приняли участие студенты и аспиранты экономического факультета Новосибирского государственного

университета, студенты и аспиранты Новосибирского института народного хозяйства, слушатели специального факультета повышения квалификации руководящих кадров при НГУ, сотрудники Института экономики и организации промышленного производства СО АН СССР, всего 97 чел.

Имитационная игра "Альтернативные способы удовлетворения потребностей" рассматривает ситуацию постепенного насыщения потребностей в видеомагнитофонах. Действие игры разворачивается в условном городе, население которого разделено на девять потребительских групп в зависимости от их социального состава, уровня дохода, возраста, образования и запросов. Считается, что численность всего населения игрового города составляет 100 условных единиц (ими могут быть семьи, группы семей и т.п.).

В город начинают поступать видеомагнитофоны для распределения между жителями. Промышленность производит в год 40 условных единиц, причем по мере насыщения спроса это количество может быть уменьшено. Для простоты эти условные единицы считаются штуками, хотя вообще это некие партии. По условиям игры видеомагнитофон служит не более четырех лет, в отдельных случаях он может выйти из строя и раньше, при условии частых поломок. Существует три варианта приобретения видеомагнитофона: посредством традиционной купли-продажи, предоставлением их на прокат, посредством продажи с удержанием залога, который можно получить обратно, сдав магнитофон. Эти варианты реализуются в магазинах 1, 2 и 3 соответственно. В городе имеется распорядительный орган, который в начале каждого года распределяет все поступившие от промышленности магнитофоны между магазинами. Таким образом, игровая система представлена девятью группами потребителей, тремя магазинами и одним распорядительным органом.

Потребители разбиваются на следующие условные группы: студенты (6 %), пенсионеры (12 %), молодые одиночки (8 %), молодые семьи (7 %), средняя семья (20 %), многодетная семья (19 %), интеллигентная семья (10 %), молодая интеллигентная семья (9 %), деляги (9 %). Каждая из названных составляющих заменяется в игре исполнителями соответствующих ролей. Исполнители преследуют определенные цели, которые будут названы ниже.

В игре представлено 13 ролей, каждую из которых может выполнять от 1 до 3 чел.

Каждая потребительская группа в течение шести лет должна приобретать видеомагнитофоны. Предполагается, что в первый год у населения нет ни одного экземпляра.

Игра протекает с годовым циклом принятия решений, т.е. каждый участник совершает шесть актов определения стратегии и получает шесть результатов.

По каждому году деятельность потребителей оценивается двумя главными показателями: затратами на приобретение и содержание видеомагнитофонов и степенью удовлетворения потребностей группы. Последний показатель определяется следующим образом:

$$F_i^t = \frac{K_{\text{ид}}^t T_n - K_{\text{рем}}^t T_{\text{рем}}}{K_{\text{ид}}^t T_n} \quad (1.1)$$

где F_i^t — степень удовлетворения потребности i -й группы в момент времени t ;

$K_{\text{ид}}^t$ — количество магнитофонов, находящихся в потреблении i -й группы в момент времени t ;

$K_{\text{н}}^t$ — нормативный уровень потребления i -й группы;

$K_{\text{рем}}^t$ — количество магнитофонов, находившихся в ремонте за период $(t - 1, t)$;

T_n — нормативное время работы одного магнитофона в течение одного квартала без поломок (считается равным 80 дн.);

$T_{\text{рем}}$ — среднее время, необходимое для выполнения одного ремонта (принимается равным 10 дн.).

Машинная имитация происходит с шагом 1 квартал (хотя вмешательство игроков осуществляется раз в год). Степень удовлетворения потребностей и затраты каждой группы потребителей сведены к единому критерию с помощью следующего выражения:

$$C_i^t = \frac{\Pi_i(K_{\text{ид}}^t - K_{\text{ид}}^t) + 3_i^t}{K_{\text{ид}}^t} \quad (1.2)$$

где C_i^t — совокупные издержки i -й группы к моменту времени T ;

Π_i — издержки i -й группы, связанные с отсутствием у них видеоманитофонов. Этот показатель можно интерпретировать как потери от недопотребления (он считается равным 500 руб. для всех групп);

Показатель Φ_i^t вычисляется каждый квартал, C_i^t — один раз в год.

Эффективность деятельности системы в целом характеризуется показателем степени удовлетворения общей потребности населения и значением интегральной функции полезности. Степень удовлетворения потребности в момент времени t определяется по формуле

$$\Phi^t = l_i \Phi_i^t \quad (1.3)$$

l_i — удельный вес i -й группы в общей численности населения; Φ_i^t определяется следующим образом:

$$\begin{aligned} \Phi_i^t &= \Phi_i^t \text{ если } \Phi_i^t < 1, \\ \Phi_i^t &= 1, \text{ если } \Phi_i^t > 1. \end{aligned} \quad (1.4)$$

Интегральная функция полезности в момент времени T вычисляется по формуле:

$$U^T = \exp(1 - \Phi^t). \quad (1.5)$$

В игре предусмотрен ряд дополнительных условий. Так, в магазинах 2 и 3 осуществляется утилизация выходящих из строя магнитофонов. Если спрос на магнитофоны меньше их предложения, то какая-то часть их находится на складе, причем соответствующий магазин за это штрафует.

Считается, что магазины приобретают магнитофоны у распорядителя за определенную цену (в магазинах 1 и 3 она составляет 900 руб., в магазине 2 — 300 руб. (этот магазин принадлежит заводу-изготовителю).

Разные магазины производят ремонт на различных условиях. Общим для всех является то, что сломавшийся три раза магнитофон выбывает из потребления, как и прослуживший 4 года, при этом потребителю ничего не предоставляется взамен.

Магнитофоны, купленные в магазине 1, в течение гарантийного срока (он равен 1 году) ремонтируются за счет магазина, по истечении этого срока — за счет потребителя.

В пункте проката (магазин 2) ремонт всегда производится за счет пункта. Срок проката ограничен одним годом.

В магазине № 3 все поломки также устраняются бесплатно для потребителя, но магнитофоны, купленные здесь, должны быть через год возвращены, при этом потребитель получает оставленный залог. Сданные магнитофоны обновляются и вновь подлежат распределению в этом магазине.

Приобретать магнитофоны можно и по спекулятивным каналам. Цены здесь определяются по договоренности между потребителями.

Если суммарный по каждому магазину спрос не превышает предложения, то он полностью удовлетворяется. В противном же случае, создается очередь, в порядке которой магнитофоны распределяются директором магазина.

Изложенные условия распределения и эксплуатации магнитофонов образуют имитационную модель. Ежегодно игроки определяют свои стратегии, эти данные вводятся в машину и результаты выдаются на экран терминала. Каждый игрок руководствуется в своей деятельности ролевыми предписаниями. От исполнителя роли потребителя требуется максимально войти в роль представителя соответствующей группы. Его цель — как можно быстрее, с минимальными затратами достичь нормативного уровня удовлетворения потребности (этот уровень задает он сам в начале игры).

Распорядитель заинтересован в наилучшем функционировании системы в целом, т.е. в наискорейшем достижении состояния полного удовлетворения нормативных потребностей всех групп населения и в поддержании этого состояния. Он может влиять на достижение своей цели путем рационального распределения видеоманитонов между магазинами и регулированием поступлений от промышленности.

Имитационные эксперименты с игрой "Альтернативные способы удовлетворения потребностей" проводились шесть раз.

Имитационный сюжет игры характеризуется следующими результатами. В первые три года наблюдался устойчивый рост функции Φ^I , затем в течение двух лет происходило некоторое снижение показателя, объясняемое тем, что к этому времени началось массовое выбытие магнитофонов, выпущенных в первые два года, при задании стратегий игроки это обстоятельство не учли. На шестом году, когда последствия массового выбытия были преодолены, значение Φ^I возросло. Из формулы (1.3) следует, что наилучшее зна-

чение Φ' равно 1, в данном эксперименте на конец периода достигнут уровень, достаточно близкий к этому (0,91).

Существенно большей популярностью по сравнению с другими пользовался магазин № 2 — пункт проката.

В наибольшей мере пунктом проката пользовались группы 2, 5 и 9, это — студенты, молодые семьи, молодая интеллигенция. То есть прокатная схема делает доступными видеомагнитофоны и для малообеспеченных групп населения (в силу характерных особенностей этих категорий, удовлетворение их потребностей очень важно для общества в целом).

Результаты игровой деятельности подтверждают преимущества прокатной и залоговой форм по сравнению с традиционной куплей-продажей.

В рамках проблемного сюжета деловой игры участникам предлагались следующие темы для обсуждения.

1. Содержание прокатной и залоговой схем распределения предметов потребления длительного пользования (общие принципы устройства и функционирования; имеющийся опыт реализации этих схем; особенности отношений собственности в обсуждаемых схемах распределения потребительских благ; правила ценообразования и др.).

2. Перечень преимуществ расширения применения прокатных и залоговых способов удовлетворения потребностей.

3. Свойства и список предметов потребления, которые целесообразно распределять на основе прокатных и залоговых схем с указанием последовательности включения их в рассматриваемые схемы распределения.

4. Перечень ограничений и проблем, возникающих при расширении масштабов применения прокатных и залоговых схем и пути решения проблем.

Эксперименты показали, что участие в игровой деятельности способствовало более глубокому пониманию участниками сути проблемы, сделало их выступления хорошо обоснованными. При выдвижении и аргументации своих предложений докладчики приводили в качестве примеров ситуации, возникавшие в игре.

В результате выполненных экспериментальных исследований выявлены и систематизированы основные варианты залоговых схем арендных отношений.

В общем случае залоговая схема означает, что при покупке какого-то предмета впервые покупатель вносит некоторую сумму денег в качестве залога. Размер залога должен стимулировать возврат предмета в тот момент, когда надобность в нем у потребителя отпала. При очередном приобретении предмета покупатель сдает бывший у него предмет или вновь вносит залог. От классической аренды залоговые отношения отличаются тем, что, во-первых, арендная плата за пользование предметом формируется косвенным путем, во-вторых, не фиксируется срок и обязательность возврата предмета арендодателю. Формально, предмет сделки становится собственностью покупателя. Однако залог экономически стимулирует потребителя сдать этот предмет арендодателю (залогодержате-

лю), поэтому фактически все разумные потребители именно так и поступают. Следовательно, потребители действуют так, как если бы они взяли предмет в аренду с неопределенным сроком возврата. Именно поэтому мы относим залоговые схемы отношений к арендным, хотя и особого рода.

На первый взгляд кажется, что потребитель пользуется взятым под залог предметом бесплатно. Однако это не так: ведь весь тот срок, в течение которого залог остается у арендодателя, он может использоваться как источник кредитных ресурсов. При регулярном предоставлении предметов под залог у арендодателя постоянно находится некоторая сумма заемных денежных средств. Кроме того, предметы время от времени выходят из строя у потребителя, в результате чего их нельзя вернуть арендодателю в обмен на залог. Эти залоговые суммы навсегда остаются у арендодателя. Вот эти две составляющие и образуют в данном случае арендную плату.

Жизнь породила много разновидностей залоговых схем арендных отношений. Не все они представлены в явном виде. Полученные в игровых экспериментах сведения позволяют выделить следующие варианты залоговых схем:

а) прямое применение залоговых правил при продаже предметов населению;

б) абонементное обслуживание мастерскими или предприятиями предметов длительного пользования;

в) гарантийный ремонт изделий;

г) обезличенный ремонт изделий;

д) техническое обслуживание сложных изделий подразделениями завода-изготовителя;

е) централизованное восстановление узлов, деталей и принадлежностей сложных изделий;

ж) прием макулатуры и вторичного сырья у населения в обмен на право покупки дефицитных товаров.

Применение залога при продаже предметов имеет ограниченное распространение. В качестве примеров можно назвать применение залоговых наценок при продаже населению стеклянной тары. Аналогичное правило действует в отношениях между предприятиями по поводу многооборотных средств пакетирования. Другим примером может служить практикуемый в некоторых регионах порядок продажи автомобильных аккумуляторов и моторного масла, согласно которому продажа новых изделий осуществляется при условии обязательного возврата отслуживших свой срок аналогичных изделий. Здесь важным для нашего анализа является условие обязательности возврата старого изделия. Данное условие позволяет принципиально по-новому решить проблему утилизации.

По абонементной схеме в настоящее время практикуют обслуживание телевизоров, холодильников и другой бытовой техники, а также ремонт на некоторых предприятиях сложного оборудования. В соответствии с этой формой обслуживания клиенты вносят периодическую плату в ремонтную мастерскую (или в ремонтное подразделение). Эта плата — своеобразный залог, который потребитель оставляет в мастерской. Залог дает ему право получить бес-

платный ремонт в тот момент, когда предмет выходит из строя. Другими словами, в данном случае залог накапливается под будущую услугу. Экономические выгоды абонементного обслуживания заключаются в том, что мастерская заинтересована в минимизации поломок, т. е. ориентирована на выполнение качественных ремонтов (в отличие от ситуаций, когда выполнение плана мастерской зависит от количества сделанных ремонтов: в этом случае мастерская объективно заинтересована в частых поломках предмета). Еще одно положительное качество обсуждаемой схемы заключается в своевременном профилактическом обслуживании предметов, что продлевает срок их службы. Если соединить абонементную форму обслуживания, например, телевизора с заменой его после какого-то экономически обоснованного срока на новый (перейти к "вечному" телевизору) за счет мастерской, то возникла бы очень эффективная схема удовлетворения потребностей людей.

Гарантийный ремонт изделий силами завода-изготовителя или по его поручению специализированными службами является по своей сути разновидностью залоговой схемы предоставления услуг. Здесь какую-то часть розничной цены можно рассматривать как залог того, что в течение некоторого срока (его называют гарантийным) изделие будет служить безотказно. Если в течение этого срока случится поломка, то завод устраняет ее бесплатно, как бы компенсируя при этом ранее оплаченный покупателем залог. Если бы гарантийный срок был равен нормативному сроку службы изделия, то залоговая схема была бы реализована здесь в явном виде и с большими экономическими преимуществами.

Обезличенный ремонт рассмотрим на примере ремонта часов. Министерство бытового обслуживания РСФСР в 1967 г. утвердило правила обмена неисправных часов на заранее отремонтированные. Клиенту предоставляется право взамен его требующих ремонта часов получить из обменного фонда мастерской отремонтированные часы той же или другой марки. Часы принимаются в обмен в том случае, если их износ допускает возможность ремонта. При обмене часов оплачивается стоимость ремонта и заменяемых деталей. Часы обменного фонда имеют гарантию сроком от 9 до 12 мес.

Выполненное нами обследование часовых мастерских Ленинграда и Новосибирска показывает, что около 30 % клиентов, обратившихся в мастерские, пользуются возможностью обезличенного ремонта.

На первом этапе организации обезличенного ремонта часов обменный фонд был сформирован из часов, скупленных в комиссионных магазинах, а также полученных с заводов-изготовителей. Часть часов, поступивших в мастерские в порядке обмена, ремонтируют сами мастерские, а часть направляют в ремонтные цехи завода-изготовителя.

Обезличенный ремонт часов является своеобразной залоговой схемой предоставления услуг населению. Действительно, при поломке часов клиент может купить новые часы, отремонтировать старые и обменять часы в мастерской на уже отремонтированные. Экономически целесообразным является третий вариант. Его реал-

лизация означает, что в отличие от первого варианта потребитель как бы пользуется незримым залогом, равным разнице между стоимостью новых часов и той суммой, которую потребитель заплатил бы за заранее отремонтированные часы.

Обезличенный ремонт предметов длительного пользования позволяет организовать ритмичную загрузку ремонтных цехов или заводов, что способствует снижению издержек и повышению качества ремонтных работ. Применение этой схемы позволяет продлить срок службы предметов, что равносильно строительству дополнительных заводов по их выпуску. Потребителю не надо ждать, пока его предметы будут отремонтированы (сроки ремонта часов достигают иногда 2 мес).

Интересной разновидностью залоговой схемы предоставления услуг является техническое обслуживание изделий силами завода-изготовителя. Так, например, обслуживают автомобили "Жигули". Залог здесь вроде бы не имеет материальной формы, а выступает в виде договора между покупателем автомобиля и заводом. Завод обязуется делать периодические ремонты и профилактические работы, но стоимость этих работ оплачивается отдельно. Если же автомобилист нарушит сроки прохождения обслуживания или условия эксплуатации машины, то он теряет право на льготы. Данная форма предоставления услуг применяется в производственном потреблении: так ремонтируют самолеты, меняя узлы после наработки определенного количества часов (как бы по абонементному принципу), так обслуживают электровозы и тепловозы.

Централизованное восстановление изделий рассмотрим на примере автомобильных шин. Анализ и здесь вскрывает залоговый механизм отношений. Владелец шины может купить новую шину, а может отремонтировать старую. Разница между стоимостью новой шины и стоимостью восстановления старой на сопоставимый объем пробега — это для клиента суть залоговая сумма: восстанавливая шину он как бы покупает новую с получением залога. Если бы существовал механизм обезличенного ремонта шин, то аналогия со стопроцентной формой залоговых отношений была бы полной.

К своеобразному виду залоговых схем можно отнести порядок приема у населения макулатуры и текстильного вторсырья с выдачей талонов на право покупки дефицитных книг (к этой схеме примыкают все случаи так называемой встречной торговли). На первый взгляд сданная макулатура не является залогом, поскольку потребитель покупает книгу по номинальной цене, без скидки на величину залога. Фактически же, покупая книгу по номинальной цене потребитель экономит определенную сумму денег по сравнению с покупкой данной книги на рынке, где цены выше. Эта разница и есть залоговая скидка. Экономические преимущества данного вида договорных отношений общеизвестны.

Интересные варианты реализации этой схемы применяются в книгообмене, который сейчас практикует ряд магазинов. Есть три вида такого обмена: целевой, свободный и по абонементу. В первом случае клиент сдает книгу в магазин и просит за нее вполне определенную другую книгу. Во втором случае клиент выбирает себе

книгу из обменного фонда. В третьем случае клиент, сдающий книгу в "абонементный" фонд, не обязан тут же выбрать взамен равноценную. Если интересующего его издания нет, он получает абонемент, по которому в течение года сможет выбрать любую книгу из поступивших в абонементный фонд. Наконец, имущественный или денежный залог с успехом применяется рядом библиотек.

Развитие и расширение области применения залоговых схем отношений:

способствует более полному удовлетворению потребностей за счет повышения интенсивности использования предметов;

помогает изучению и формированию спроса;

позволяет лучше организовать выпуск новых изделий;

увеличивает срок службы изделий за счет более бережного к ним отношения потребителей;

привлекает дополнительные финансовые ресурсы, образуемые за счет залоговых сумм, в сферу производства и обращения;

дает возможность утилизировать остатки изделий и многократно использовать детали и узлы, что может стать основой для организации безотходного, экологически чистого потребления.

Приведенные формулировки преимуществ залоговых схем арендных отношений представляют собой обобщение полученных в ходе игровых имитационных экспериментов суждений, оценок и мнений экспертов. Рассмотрим некоторые из этих суждений в более развернутом виде.

Многие участники игровых экспериментов указывали на то, что залоговые схемы арендных отношений способствуют более интенсивному использованию изделий. Так, если залоговые цены достаточно высоки, то потребители заинтересованы скорее от них избавиться, возвращать их производителям для повторного использования.

Участники игровых экспериментов указывали на то, что с помощью залоговых схем арендных отношений можно было бы стимулировать процессы создания и освоения выпуска новых изделий. Известно, что первые образцы новых изделий всегда требуют дополнительных затрат на их производство (пока отрабатывается конструкция и технология, обучаются кадры и т.д.). Зачастую они убыточны для предприятия, и заводу просто невыгодно их выпускать. Залоговые схемы позволяют аккумулировать средства для погашения этих убытков и, следовательно, могли бы способствовать внедрению достижений научно-технического прогресса.

Игровые результаты прямо подтвердили предположение о том, что наличие залога является сильным стимулом для более бережного отношения потребителей к предметам. Так, в имитационном сюжете игры "Залоговая схема потребления" все пять магазинов предоставляют игрокам приблизительно одинаковые возможности. Однако во всех экспериментах игроки стремились иметь дело с магазином № 1, в котором был очень высокий залог и наиболее длительные сроки службы предмета. В ходе послеигровой дискуссии многие объяснили свое поведение тем, что в человеке, видимо, заложено стремление беречь имущество, если есть возможность дать

ему вторую жизнь. Сказанное позволяет сделать вывод, что залоговая схема хорошо вписывается в обыденную мотивацию человека, сочетается с присущими ему склонностями и предпочтениями.

По мнению многих участников экспериментов введение залоговых наценок на такие предметы бытового потребления, как холодильники, телевизоры, мебель, книги, велосипеды и др. способствовало бы увеличению их срока службы. Введение же в залоговую схему обезличенного ремонта некоторых предметов позволило бы продлить сроки их службы практически до бесконечности.

При любой форме залоговой схемы отношений в народном хозяйстве появляются дополнительные денежные средства. Оставляя залог, потребитель тем самым кредитует народное хозяйство. Получается, что за счет чисто организационных мер можно получить существенные денежные ресурсы. При этом обеспечивается причастность самих потребителей к формированию кредитных ресурсов, которые могли бы использоваться для лучшего удовлетворения потребностей залогодателей. В этом случае потребитель финансировал бы производство нужных ему товаров пропорционально своему участию в потреблении этих товаров, что представляется, по мнению участников экспериментов, справедливым.

Наибольший экономический эффект от расширения сферы применения залоговых схем можно получить в результате утилизации и повторного использования остатков отслуживших свой срок изделий. На основе залоговой схемы можно обеспечить порядок, при котором в конце своего "жизненного пути" любая вещь превращалась бы в какие-то исходные продукты. Другими словами, появляется возможность создавать замкнутые циклы движения изделий и на этой основе — безотходное потребление, концепция которого изложена нами во введении. Относительно предметов длительного пользования бытового назначения участники экспериментов воспроизвели все возможные маршруты их движения в течение полного цикла жизни. Эти маршруты включают в себя такие этапы, как производство — распределение — потребление — ремонт — утилизация остатков — захоронение отходов. Традиционная схема движения предметов длительного пользования является разомкнутой; остатки отслуживших свой срок изделий идут, как правило, на свалку.

Для решения проблемы безотходного потребления можно: организовать обезличенный ремонт изделия или распространить гарантийный ремонт на весь срок службы данного предмета; распределять изделия через систему проката; использовать залоговую схему арендных отношений.

Вообще говоря, залоговая схема и схема обезличенного (или гарантийного) ремонта идентичны. Прокатная же схема отличается от них тем, что с ее помощью можно менять потребителей во времени, т.е. можно управлять процессом распределения и, следовательно, конструировать более справедливые схемы удовлетворения потребностей.

На заключительных этапах игровых экспериментов участникам (экспертам) предлагались списки предметов долгосрочного и крат-

косрочного потребления с тем, чтобы эксперты выделили группы изделий, которые целесообразно было бы включать в залоговую схему арендных отношений. Кроме того, эксперты должны были выделить те общие свойства у предметов, которые определяют экономическую целесообразность применения к ним залоговых схем. Было выделено пять групп предметов:

1) дефицитные предметы (книги, фотоаппаратура, мебель и т.д.);

2) предметы, удобные для залоговых схем (слесарный инструмент, туристическое снаряжение, садовый инвентарь и др.);

3) редко используемые предметы (чемоданы, электрокамины, праздничная посуда и одежда и т.п.);

4) дорогостоящие предметы (автомобили, видеомагнитофоны, ковры, мебельные гарнитуры, дачи, квартиры, драгоценные украшения и т.п.);

5) предметы, приносящие в рамках залоговой схемы большой доход (велосипеды, швейные и стиральные машины, пылесосы, видеофильмы, детские коляски, одежда, мебель, спортивный инвентарь и т.п.).

Эксперты предложили разные варианты определения залоговых наценок. Для предметов, не имеющих срока морального износа (посуда, слесарные инструменты и т.п.), величина залоговой наценки может быть равна стоимости изделия, поделенная на срок службы. Если же изделие быстро устаревает, то залоговая цена должна включать в себя и расчетную прибыль.

Расширение масштабов применения залоговых схем, по мнению участников экспериментов, столкнется со следующими трудностями:

психологический барьер потребителей, склонных к личному владению изделиями;

возможные случаи нечестного поведения потребителей (подмена предмета, изъятие из него дефицитных узлов);

сложности в организации контроля качества возвращаемых изделий при массовом применении залоговых схем;

отсутствие методики определения залоговых цен и опыта применения таких схем, технические и организационные трудности.

Для преодоления этих трудностей необходимо выполнить комплекс практических действий, а также провести соответствующие научные исследования и разработки. Участников этих работ ждут интересные результаты.

Глава 2

ЛИЗИНГ

2.1 ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЛИЗИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Принято считать, что лизинг является американским изобретением 50-х годов, которое было перевезено через десятилетие американскими предпринимателями в Европу, а затем и в Японию. Однако многие специалисты не согласны с таким взглядом на историю лизинга. Например, английский ученый Т.Кларк утверждает, что лизинг был известен уже задолго до нашей эры. Так, он находит несколько положений о лизинге в законах Хаммурапи, принятых около 1800 г. до н.э. Некоторые исследователи ссылаются на высказывание Аристотеля (из его "Риторики") о том, что богатство составляет не владение имуществом, основанное на праве собственности, но его (имущества) использование. Причем сразу заметим, что эта "простая" мысль как нельзя лучше определяет основную идею лизинга: чтобы получать прибыль, совсем не обязательно иметь средства производства или иное имущество в собственности, достаточно лишь иметь право его использовать и извлекать доход. Существует мнение, что начала лизинга нужно искать в Римской империи... Одним словом, суждения разные, однако никто из исследователей не утверждает, что в те времена речь шла о лизинге в современном его понимании.

В Англии еще в средние века проводились операции, аналогичные современному лизингу. Одним из первых законов о лизинге можно назвать Закон Уэлса 1284 г. (!) — Statute of Wales. Предметом лизинговых операций в то время было в основном фермерское оборудование и лошади. В начале девятнадцатого столетия с развитием промышленности в Англии увеличился и перечень товаров, сдаваемых на условиях лизинга. Особую роль в этом сыграло развитие железнодорожного транспорта и каменноугольной промышленности. Владельцы каменноугольных копей вначале покупали вагоны для перевозки угля, однако почти сразу стала очевидна невыгодность такой формы финансирования. Выработка угля увеличивалась, открывались все новые шахты, требовалось все больше и больше вагонов. И тогда ряд мелких предприятий решили воспользоваться сложившейся ситуацией для выгодного вложения капитала: они покупали вагоны для угля и сдавали их на условиях лизинга. Стали расти компании, единственным предметом деятельности которых был лизинг железнодорожных вагонов. Но тем не менее большинство специалистов и ученых (этого же мнения придерживаются и авторы настоящей работы) склоняются к тому, что родиной лизинга в современном его понимании следует считать США.

Вот как описывает рождение лизинга в США экономист Г.Лолюн.* В 1952 г. господин Босх возглавлял небольшую фирму по производству пищевых продуктов в Калифорнии. Для выполнения крупного заказа, полученного от военного ведомства, ему необходимо было увеличить парк машин, но капитал фирмы был небольшим и свободных средств не было. Тогда Босх решил арендовать необходимые машины и таким образом осуществил процесс финансирования их получения. Убедившись в выгодности такой операции и узнав, что ряд фирм по его примеру хотят арендовать нужные им машины, Босх создал фирму "U.S.Leasing" с капиталом в 20 тыс. дол. Через два года эта фирма сдавала в аренду машин и оборудования на сумму более 3 млн дол. Как видно из приведенных цифр, диспропорция между капиталом фирмы и ее оборотом была очень велика. Тогда господин Босх, объявив публичную подписку на акции, создал вторую фирму "Boothe Leasing Corporation" с капиталом в 400 тыс. дол. У фирмы появилась масса последователей, также открывших для себя преимущества лизинговых форм финансирования, и уже в 1959 г. объем лизинговых операций составил 300 млн дол. В 1961 г. эта фирма имела 2700 клиентов, ее капитал составлял 8 млн дол., и она имела действующие контракты на сумму 66 млн дол.

В конце 50-х годов американские лизинговые компании обратили свои взоры к зарубежным рынкам. В 1959 г. "United States Leasing Corporation" учредила свой филиал в Канаде и стала думать об учреждении филиала в Англии. В этом же году управляющий директор английской торговой кредитной компании "Mercantile Credit Company" посетил США. Здесь он встретился с представителями "U.S.Leasing Corporation", и эту встречу можно назвать решающей в истории развития лизинга в Европе. 8 июня 1960 г. была создана торговая лизинговая компания "Mercantile Leasing Company", в которой 80 % акций принадлежали "Mercantile Credit Company" и 20 % — "U.S.Leasing Corporation", для использования лизинга в Англии. Несомненные и очень быстрые успехи компании привлекли к себе внимание других английских финансовых компаний. Уже в первой половине 60-х годов большинство из них участвовало в операциях по лизингу. Постепенно к этим операциям стали присоединяться и банки. В 1961 г. общий оборот лизинговых фирм в Англии составил 280 млн дол.

Во Франции первая лизинговая компания была создана по инициативе "Bangue de l'Indochine" и называлась "Sepafites". Она занималась лизингом промышленного оборудования и первое соглашение подписала 22 февр. 1961 г. В 1962 г. "Sepafites" была переименована в "Locafrance". К 1965 г. во Франции уже действовало 28 лизинговых компаний и ими было заключено договоров на общую сумму 60 млн дол.

В ФРГ первая лизинговая фирма была создана в 1962 г.: "Leasing GmbH" — в Дюссельдорфе. В 1968 г. лизинговые фирмы в ФРГ подписали договоров на общую сумму 125 млн дол.

* См. Fortune. 1963. № 95.

В 1963 г. первая лизинговая фирма была создана в Японии. Уже в 1967 г. общая сумма договоров на аренду машин и оборудования составила 42 млн дол.

Первая итальянская лизинговая фирма была основана в 1966 г., т.е. несколько позже, чем в других европейских странах. Сегодня уже существует примерно 3000 фирм, занимающихся лизингом, с 30 тыс. служащих и объемом операций в 3,448 млрд дол.

Итак, лизинг пробил себе дорогу, но нельзя сказать, что идея лизинга так уж легко завоевывала себе сторонников. Необходимо учитывать, что именно собственность в течение очень долгого времени связывалась с представлением о богатстве, что именно собственность является основой экономических и общественных отношений, базой социальной структуры общества. Концепция лизинга требовала отказа от многих привычных представлений.

Любое исследование требует четкой терминологии. Английские термины "leasing", а также "lessor" и "leasee" (стороны договора лизинга) не имеют адекватного перевода в русском языке, и прежде всего, на наш взгляд, необходимо дать авторское понимание ключевых понятий предлагаемой главы. Многие европейские ученые признают сложность перевода термина "лизинг" на другие языки. Например, термин "credit-bail" (французский аналог лизинга) не всеми рассматривается как синоним лизинга. В частности, некоторые авторы утверждают, что перевод английского термина "лизинг" на французский язык как "кредит-аренда" может создать впечатление, что это синонимы. [Cremieux-Israel, 1975]. На самом же деле, по его утверждению, лизинг — это совокупность операций, позволяющих передавать имущество пользователю взамен на получение периодических платежей, и в некоторых случаях включение опциона (права) на покупку, а кредит-аренда — это часть лизинга, которая определена и урегулирована действующим законодательством. Довольно часто "leasing" переводится как "сдача в аренду", однако следует отметить, что хотя в основе лизинговой сделки лежат отношения сторон по передаче имущества во временное пользование, как будет показано в дальнейшем, этим не исчерпывается характеристика лизинга.

Ввиду того, что термин "лизинг" уже достаточно прочно вошел в обиход и используется как в советской, так и в зарубежной литературе, мы склоняемся к мысли о нецелесообразности его перевода. Поскольку используется иностранный институт, его необходимо принимать с его собственным названием, что отнюдь не исключает различий при его применении в разных странах. Рассуждая об этом, мы исходили из мысли, что любой перевод в данном случае не будет достаточно адекватным.

Если термин "лизинг" мы договорились использовать без перевода, то в отношении наименований сторон ситуация сложнее. В английском языке используются термины "lessor" — сторона, передающая имущество во временное пользование, и "lessee" — сторона, принимающая его во временное пользование. На наш взгляд, эти термины не могут быть также удачно перенесены в русский язык как лизинг. В некоторых странах (например, в Австрии и

ФРГ) стороны лизинга именуются лизингодателем и лизингополучателем, причем как в литературе, так и в договорной практике.

В советской литературе и практике уже исторически сложились традиции использовать термины "арендодатель" и "арендатор". Нельзя сказать, что такое наименование сторон адекватно их действительному положению и реальному объему их прав и обязанностей. Но при сложившейся ситуации, когда лизинговые операции регулируются главным образом правовым институтом аренды, нет специальных законов о лизинговых операциях, на наш взгляд, наиболее целесообразно остановиться именно на этих терминах.

В дальнейшем мы предлагаем трактовать термин "лизинг", как форму экономических отношений, которая представляет собой целую совокупность хозяйственных операций. В нее входят такие обязательные элементы, как купля-продажа, аренда, а также могут включаться займ, поручение, гарантия, обслуживание и т.д. Договор лизинга предполагает обязательное участие в операции как минимум трех лиц: первоначального собственника, как правило, это изготовитель, арендодателя и арендатора, что придает совершенно новые качества отдельным элементам операции, делая их неразрывными. Основу лизинга составляет аренда.

Экономическая сущность лизинга заключается в приобретении арендодателем по просьбе арендатора у изготовителя имущества на условиях купли-продажи и в получении его арендатором от арендодателя в исключительное пользование на определенный срок, указанный в договоре этого имущества, с выплатой арендатором арендных платежей, включающих потребленную стоимость, услуги арендодателя и часть прибавочной стоимости. При этом имущество остается собственностью арендодателя.

В капиталистических странах с 1952 г. лизинг сделал поразительный скачок в своем развитии. Можно без преувеличения сказать, что он уверенно идет к "завоеванию" мирового рынка. В Европе за 1987 г. объем лизинга возрос на 42,4 % по сравнению с предыдущим годом. В Германии, Испании, Франции, Великобритании лизинг превысил 13 % всех капиталовложений. В Италии и Болгарии 60 % объема лизинговых операций приходится на промышленный сектор. В других странах основная часть приходится на сектор бытовых услуг (Норвегия — 70 %, Бельгия и Великобритания — по 60 %). В 1987 г. 48 % всех капиталовложений в экономику Новой Зеландии и 35 % — Австралии прошло по каналам лизинга. Сумма лизинговых контрактов в США в этом же году составила 109 млрд дол.

Следует заметить, что к услугам лизинга прибегают не только мелкие и средние фирмы, испытывающие финансовые трудности, но и транснациональные корпорации, располагающие огромными ресурсами. В США, например, 80 % фирм регулярно приобретают на условиях лизинга те или иные виды машин и оборудования.

Согласно прогнозу Ассоциации лизинговых фирм Японии, в 1986—1990 г. среднегодовой темп прироста лизинговых операций в стране будет составлять примерно 20 % и в 1990—1991 г. сумма лизинговых контрактов может в два раза превысить уровень 1986 г.

По данным американской Ассоциации компаний арендодателей, занимающихся лизингом машин и оборудования, в 1988 г. сумма заключенных договоров превысила 118 млрд дол. Доля лизинга в общем объеме капиталовложений в стране возросла с 15,6 % в 1978 г. до 27,9 % в 1987 г. Ниже приводятся данные, характеризующие суммы лизинговых сделок и общие капиталовложения американских компаний (млрд дол.):

	1978 г.	1980 г.	1982 г.	1984 г.	1986 г.	1988 г.
Сумма лизинговых сделок	25,6	43,5	57,6	67,0	92,3	118,3
Общие капиталовложения	170,2	197,8	207,5	274,5	355,2	...
Доля лизинга, %	15,6	22,0	27,8	24,5	25,9	...

Проанализируем экономические предпосылки возникновения и столь быстрого развития лизинговых отношений.

Как отмечалось выше, лизинг в качестве средства финансирования капиталовложений применяется, начиная с 50-х годов. Следует заметить, что подобный подход к финансированию существовал и раньше, он использовался в тех случаях, когда требовалось финансирование проектов, успех которых можно было предположить, по крайней мере, в обозримом будущем. Традиционным для экономики западных стран является большое внимание со стороны государства к регулированию инвестиционной политики. Путем установления различных условий для инвестиций в отдельных отраслях экономики, государство добивается притока капитала в те отрасли, которые более всего в этом нуждаются.

Изменяя размеры налогов, устанавливая налоговые льготы, увеличивая или уменьшая сроки амортизации, государство определяет области более выгодного вложения капиталов, что в конечном итоге ведет к развитию экономики в нужном ему направлении.

После второй мировой войны почти во всех развитых капиталистических странах была введена "ускоренная амортизация" (accelerated depreciation). Прямым следствием быстрого накопления амортизационных фондов в странах капитала в послевоенный период стало ускоренное восстановление и обновление производственно-го парка машин и оборудования.

Еще одним фактором, имеющим важное значение для инвестиционной политики, является, на наш взгляд, порядок налогообложения. В настоящее время во многих странах действует так называемый налоговый инвестиционный кредит — Investment Tax Credit (ITC). Налоговый инвестиционный кредит предоставляется компании в год приобретения основного оборудования и устанавливается в процентах к общему объему капиталовложений в новое оборудование. В США налоговый инвестиционный кредит был введен в 1962 г. на уровне 7 %. В 1966 г. президент Л. Джонсон отменил ITC, но уже в 1969 г. налоговая реформа восстановила 7-процентный кредит, а с 1978 г. он был увеличен до 10 %.

Использование названных амортизационных и налоговых льгот при лизинге оказалось экономически выгодным для всех его участ-

ников: "...арендодатель получает все налоговые льготы, которые обычно не мог бы получить при покупке того же оборудования; при этом выигрывает и арендатор, так как, учитывая эти льготы, арендодатель может существенно понизить арендные ставки, которые в ряде случаев оказываются в полтора-два раза меньше размеров процента по обычному кредиту" [Медведков, 1979].

В середине 70-х годов американская экономика оказалась перед необходимостью широкого обновления основного капитала [Исюмов, Мишукова, 1986]. Причин тому было несколько, но наиболее важные из них — физический износ значительной части основных производственных фондов; ускоренный моральный износ, вызванный ростом цен из-за энергетического кризиса 1973—1974 г., что сделало невыгодным использование энергоемкого оборудования и обесценило его; появление новых поколений оборудования и др... Все это привело к тому, что сложившаяся к середине 70-х годов структура основного капитала США перестала соответствовать новым условиям экономического развития (в Западной Европе этот процесс произошел несколько позднее). Перед экономикой страны встала сложнейшая задача: проведение в достаточно сжатые сроки обновления всего национального производственного парка машин и оборудования. И именно здесь, как нельзя кстати "подошел" лизинг.

В 1981 г. в США была проведена налоговая реформа, основные положения которой содержатся в Налоговом законе экономического восстановления (Economic recovery Tax Act), принятом Конгрессом по предложению администрации Р. Рейгана. Законом при сохранении 10-процентной ставки инвестиционного налогового кредита были введены самые значительные в истории страны нормы амортизационного списания основного капитала. Кроме того, реформа предоставила корпорациям право свободного распоряжения своими налоговыми льготами: "...использовать льготы в любое удобное для компании время, а также передавать льготы другим компаниям, используя при этом новые правила лизинга" [Борисова, 1985, с. 14].

Итак, изменения налогово-амортизационного законодательства имеют самое непосредственное отношение к использованию лизинга. Увеличение и расширение льгот немедленно ведет к увеличению объемов лизинговых операций, отмена льгот приводит к сворачиванию объемов лизинга.

В условиях жесточайшей конкуренции за внутренние и внешние рынки все более важным становится наряду с улучшением технических характеристик товара предоставление льготных условий финансирования, на основе которых последний предлагается потребителю. И здесь очевидны преимущества лизинговых форм финансирования. С.Ю. Медведков так объясняет одну из причин возникновения и стремительного развития лизинга: "...традиционные источники финансирования оказались практически закрытыми для многих компаний, все возрастающая масса мелких и средних фирм была вынуждена обращаться к лизингу основных фондов, попадая во все большую зависимость от лизинговых компаний — филиалов

крупнейших банков и промышленных монополий" [Медведков, 1979].

Развитие лизинга было тесным образом связано с преодолением психологического барьера участников лизинговых операций и появлением "новой" теории, в соответствии с которой потребители стали все чаще отделять понятие права собственности на имущество от возможности пользования им. Производители все больше начали убеждаться в том, что их основная цель заключается не в накоплении активов, а в том, чтобы что-то производить. В этом случае потребители более склонны принять принципы аренды, а банки, в свою очередь, легче согласятся принять во внимание перспективы развития фирм и, следовательно, возможный рост их оборота, чем предоставят кредиты, исходя из прошлых результатов деятельности клиентов. Таким образом, произошла смена парадигмы экономического мышления.

Научно-техническая революция вызвала в послевоенный период повышение уровня автоматизации и механизации процессов производства и управления, что повлекло за собой значительный рост капиталовложений в наукоемкие производства и резкую смену основных производственных фондов. В сложившейся ситуации лизинг стал не заменим... Вот как описывает Ч. Макмиллан всеяпонскую роботизацию фирм: "Инновативная государственная политика помощи роботизации состояла в предоставлении разнообразных займов, направленных на втягивание в этот процесс малых фирм. В программе, называемой Японским займом роботизации, приняли участие 24 фирмы, производящие роботы, 10 страховых компаний и Японский банк развития. Техника сдавалась в прокат за цену, близкую к 19 дол. в месяц, и по мере поступления на рынок новых, улучшенных образцов, ее можно было менять..." [Макмиллан, 1988, с. 273].

В то же время развитие лизинга — это результат обострения проблемы реализации продукции, усложнения всего комплекса условий воспроизводства. Кризисные потрясения 70—80-х годов в капиталистических странах и в странах Восточной Европы изменили и сейчас меняют многие приоритеты хозяйственного развития, сделали жизненно необходимой радикальную перестройку производственного аппарата. В этих условиях резко повышается значение фактора мобильности, способности быстро привлечь необходимые ресурсы. Лизинг становится средством решения не только текущих, как справедливо замечает И.М. Шейман [1987], но и долговременных задач, важным источником получения дополнительных прибылей.

Таким образом, мы выделили четыре ключевых момента в развитии лизинговых отношений: налогово-амортизационные льготы, смена парадигмы мышления, признание лизинга эффективной формой финансирования и научно-технический прогресс.

2.2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЛИЗИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Согласно последним определениям, разработанным с учетом требований мирового рынка с целью упорядочения валютного и торгового законодательства различных стран, лизинг представляет собой сложную трехстороннюю сделку, в которой финансирующая лизинговая фирма (арендодатель) в соответствии со спецификацией фирмы-арендатора приобретает у фирмы-изготовителя движимое или недвижимое имущество и передает его в распоряжение фирмы-арендатора.

При заключении лизинговой сделки должны соблюдаться следующие условия:

- выбор товара и поставщика товара, являющегося предметом договора, осуществляется фирмой-арендатором;

- арендатор использует оборудование в производственных или профессиональных целях;

- товар приобретается лизинговой компанией на основе договора, предусматривающего предоставление ею этого товара в пользование фирме-арендатору;

- лизинговая фирма остается собственником оборудования, предоставленного в пользование, на период действия срока договора;

- договор между финансирующей лизинговой фирмой и фирмой-арендатором заключается на определенное время с учетом сроков погашения долга.

Лизинг может осуществляться не только лизинговой финансирующей фирмой, но и непосредственно фирмой-производителем. В этом случае лизинговая операция становится двусторонней. Она может также иметь не финансовое, а операционное содержание, и превратиться в операцию предоставления услуг, при этом срок ее действия не будет связан с погашением долга за оборудование, предоставленное в пользование.

Перечислим обязательных участников договора лизинга.

Арендодатель — предприятие, как правило, контролируемое банками, специализирующееся на купле движимого или (и) недвижимого имущества (обязательно производственного или профессионального назначения), которое оно сдает в аренду.

Арендатор — промышленное или торговое предприятие, решившее взять в аренду средства производства (например, машины или оборудование) для использования их в процессе производства.

Поставщик — промышленное (строительное) или торговое предприятие, продукция которого выбрана арендатором.

Кроме того, в лизинговой сделке могут участвовать банк и брокер.

Банк финансирует лизинговую операцию.

Брокер (предприятие, специализирующееся на посреднических операциях) организует весь комплекс лизинговой сделки, "связывает" всех ее участников.

По истечении срока аренды, заранее установленного договором, и следовательно после оплаты периодических взносов, оговоренных с арендодателем, арендатор может:

- продлить аренду на дальнейший срок по пониженной стоимости;
- возвратить товар арендодателю;
- выкупить товар по остаточной стоимости.

С нашей точки зрения лизинговое финансирование можно разделить на три части:

(1) коммерческая часть: предоставление разумных закупочных цен, содействие лизинговой фирмы при договоре об условиях платежа.

(2) административная часть: лизинговая фирма должна выполнять все организационные мероприятия по импорту или экспорту в связи с тем, что она является собственником оборудования. Оформление таможенных документов, страхование, транспортировка ведутся от ее имени.

(3) собственно финансирование. На наш взгляд, нельзя его переоценивать и выдвигать на передний план. Это связано с тем, что может оказаться дешевле финансировать слишком высокие проценты при низких закупочных ценах, чем наоборот — финансировать слишком высокие закупочные цены при низких процентах.

В разных странах о заключении лизингового контракта судят по наличию различных признаков.

В Бельгии приняты следующие признаки:

1) имущество должно использоваться арендатором только в профессиональных целях;

2) имущество должно быть приобретено арендодателем в целях его последующего лизинга и соответствовать требованиям будущего арендатора;

3) срок лизинга не должен превышать срок эксплуатации имущества;

4) устанавливается такой размер арендной платы, который позволил бы арендодателю окупить затраты арендованного имущества в течение срока действия контракта;

5) в контракте должно быть предусмотрено право арендатора стать собственником арендуемого имущества по окончании срока лизинга за согласованную в договоре цену, соответствующую остаточной стоимости имущества.

В Англии контракт считается лизинговым, если:

1) он заключен на срок, составляющий не менее 75 % от срока эксплуатации имущества;

2) в нем предусмотрена полная (или существенная) выплата стоимости имущества в течение срока действия контракта;

3) в нем предусмотрена возможность возобновления лизинга на льготных условиях (по сравнению с кредитом в банке).

В Австрии различают четыре признака, исходя из которых можно определить, является ли контракт лизинговым:

1) основной срок контракта составляет 40—80 % от экономического срока службы имущества;

2) стоимость опциона на покупку должна соотноситься со стоимостью имущества на момент реализации опциона;

3) периодические платежи за возобновленный срок договора лизинга (если такое происходит) должны быть номинальными;

4) если предметом лизингового контракта является специальное имущество, необходимое только пользователю, то "экономическим собственником" такого имущества будет считаться пользователь.

В разных странах по-разному решен вопрос о том, кто имеет право осуществлять лизинговые операции. Так, во Франции операции лизинга могут осуществлять банки и связанные с ними учреждения, т.е. специализированные финансовые организации. В Бельгии операции такого рода могут осуществлять лишь организации, получившие специальное разрешение Министерства по вопросам экономики. В Италии оговаривается размер капитала, которым должна владеть фирма для того, чтобы выступать в роли арендодателя и т.д. Следует еще раз подчеркнуть, что рассматриваемая сфера отношений является достаточно изменчивой, неустойчивой, и главенствующую роль здесь играет сама лизинговая практика.

Для того, чтобы лучше понять сущность лизинга, необходимо, на наш взгляд, провести хотя бы краткий анализ отличий лизинга от смежных договоров, и, в первую очередь, от условной купли-продажи. Под последней подразумевается договор купли-продажи, по которому право собственности переходит к покупателю после выполнения им необходимых условий (как правило, это условия о выплате покупной цены). Различия эти в некоторых случаях так тонки, что требуют от фирм и специалистов, занимающихся лизингом, знакомства с большим количеством инструкций и правил для успешного лавирования между различными запретами. Проанализируем их деятельность на примере США.

Поскольку лизинг, как уже отмечалось, предоставляет сторонам существенные налоговые льготы, то фискальные органы в первую очередь определяют, не является ли он "замаскированной" куплей-продажей, которой стороны придали форму договора лизинга лишь для того, чтобы воспользоваться этими льготами. При этом практика опирается на ряд нормативных актов. Служба внутренних доходов США периодически публикует правила, в которых регулируются те или иные вопросы лизинга, в них излагаются основные критерии для установления различий между договором лизинга и договором условной купли-продажи. Каковы же эти критерии?

Отношения считаются договором лизинга в целях налогообложения (и лизинговая компания рассматривается как собственник имущества), если арендодатель не эксплуатирует имущество в течение практически всего срока его службы. На практике основная часть судебных дел, в которых договор не был признан лизингом, касается тех договоров, где имущество использовалось в течение почти всего экономического срока его службы. Таким образом, финансовый лизинг всегда находится на "подозрении".

Договор рассматривается как купля-продажа, если в нем предусмотрен обязательный переход права собственности к арендатору.

Договор не будет рассматриваться как договор лизинга, если периодические платежи значительно превышают существующие справедливые ставки платежей за временное пользование данным видом имущества. За точку отсчета берутся в этом случае платежи по договору, который без сомнения представляет собой лизинговый договор. Предпосылкой для принятия такого критерия явился тот факт, что при условной продаже продавец, как правило, быстрее возвращает себе стоимость имущества и получает прибыль, нежели лизинговые компании. Поэтому завышенные периодические платежи могут свидетельствовать о том, что заключен договор условной купли-продажи, а не лизинга. Если цена опциона на покупку является низкой по сравнению с остальными платежами, то договор также квалифицируется как купля-продажа. Большое число договоров лизинга, заключаемых в США, содержит оговорку о праве арендатора купить используемое им имущество по окончании срока договора. Однако для того, чтобы лизинг был "действительным", цена, которую должен уплатить арендатор за имущество, должна равняться цене, по которой арендодатель продал бы это имущество любому лицу (должна быть "справедливой рыночной ценой").

Выше мы говорили об опционе на покупку имущества арендатором по окончании срока договора лизинга. Опцион можно рассматривать как одностороннее обязательство арендодателя о продаже имущества, а если арендатор изъявляет намерение приобрести это имущество в собственность, то одностороннее обязательство перерастает в договор купли-продажи. В США опцион не считается обязательным условием лизинга. В других странах существуют различные подходы к оценке роли опциона на покупку при лизинге: от полного принятия его как необходимой и неотъемлемой части лизинга до полного отрицания опциона при лизинге. Так, бельгийское, французское и итальянское законодательства рассматривают опцион на покупку, как один из обязательных элементов лизингового контракта. В Англии ситуация прямо противоположная — здесь опцион не может быть условием договора лизинга, а иначе он превращается в договор аренды-продажи [Хубенова, 1979, с. 59]. На наш взгляд, опцион не должен рассматриваться как определяющая характеристика лизинга.

Более чем тридцатилетняя мировая практика выработала многочисленные варианты лизинговых соглашений. Причем достаточно порой немного изменить условия уже известного вида лизинга, как получаешь совершенно новый его тип. До сих пор не выработано четкой классификации, даже более-менее полного списка видов лизинговых соглашений. Они не отделены друг от друга резкой границей, и черты того или другого вида могут различным образом сочетаться в одном договоре.

Попытаемся систематизировать виды лизинговых соглашений и дать как можно более полный их перечень. В практике международной торговли в зависимости от сроков принято различать три вида лизинговых сделок:

краткосрочная (рентинг) — от нескольких часов и недель до одного года;

среднесрочная (хайринг) — от года до трех лет;
долгосрочная — от трех лет и больше, а по некоторым видам объектов до 20 и более лет.

Здесь следует отметить, что несмотря на разнообразие английских терминов, означающих аренду, в международном лексиконе прижилось только слово лизинг, и большинство арендных соглашений по срокам, не соответствующим лизингу, все же называют лизинговыми (рентинг остался в обиходе лишь для бытовой техники). В зависимости от суммы, на которую заключается сделка, выделяют следующие три вида лизинга:

многомиллионный, т.е. защищенный от налогов лизинг такого имущества, как целые предприятия, оборудование для бурения нефтяных скважин на морском шельфе и т.д.;

промежуточный, при котором стоимость объектов лизинга колеблется в пределах от 0,5 до 5 млн дол.;

рыночный, при котором банк объединяет в одном договоре лизинга несколько единиц сравнительно недорогого оборудования, выпускаемого одним производителем.

В зависимости от техники проведения операции лизинг может быть прямым или косвенным.

Прямая лизинговая сделка полностью финансируется ссудодателем. В таких случаях последний подписывает специальное соглашение с производителем оборудования, сдаваемого в лизинг. При этом ссудодатель полностью возмещает производителю стоимость предоставленного пользователю оборудования, т.е. фактически покупает его и передает в лизинг. Для оформления прямой лизинговой сделки требуются значительное время, повышенные расходы, хорошее знание рынка. Такая сделка может осуществляться при наличии длительных устойчивых связей между производителем и лицом, финансирующим сделку. Как правило, прямая лизинговая сделка заключается в случае предоставления в аренду уникального дорогостоящего оборудования или недвижимого имущества.

Косвенная сделка во многом похожа на продажу товара в рассрочку. Ссудодатель финансирует покупку средств производства, а затем вносит арендные платежи клиента. В косвенном лизинге участвуют четыре лица: лизинговая компания (обслуживает сделку), банк (финансирует), промышленная компания (передает оборудование и проводит его обслуживание), потребитель (получает оборудование и совершает арендные платежи).

В зависимости от того, на кого возложены обязанности по техническому обслуживанию предоставленного в лизинг оборудования, можно выделить чистый лизинг (net leasing) и лизинг с обслуживанием, точнее лизинг, включающий дополнительные обязательства (wet leasing).

При реализации чистого лизинга основные обязанности, связанные с эксплуатацией оборудования, ложатся на арендатора. Предусматривается, что он оплачивает все налоги и сборы, осуществляет страхование и несет все иные расходы, сопряженные с использованием оборудования. Арендатор обязан содержать оборудование в рабочем состоянии, обслуживать его и после окончания срока

аренды возвратить арендодателю в хорошем состоянии с учетом нормального износа.

Особенность лизинга с обслуживанием состоит в том, что он предусматривает дополнительные услуги арендодателя арендатору. Он однако является дорогостоящим, так как арендодатель осуществляет содержание оборудования, его ремонт и страхование, а иногда управление производством или поставку горючего. Обычно данный вид лизинга по плечу лишь крупным изготовителям оборудования. Он используется в отношении такого оборудования, как компьютеры, самолеты и т.д.

Одной из разновидностей лизинга с обслуживанием является лизинг с полным обслуживанием. Уже из названия следует, что арендодатель при таком варианте лизинга оказывает целый ряд дополнительных услуг. Например, арендодатель может провести исследования, предшествующие приобретению оборудования, осуществить поставку необходимых сырьевых материалов для работы арендуемого оборудования, предоставить квалифицированный персонал для работы с оборудованием и проч.

Представляется интересным деление на внутринациональный и международный виды лизинга. До сих пор во всех странах наиболее распространенным был внутринациональный лизинг, т.е. когда и лизинговая компания, и фирма-арендатор расположены в одной стране. Сейчас все чаще стали заключаться международные лизинговые контракты, в которых лизинговая компания представляет одну страну, а фирма-пользователь — другую.

Международный лизинг принято разделять на три вида:

экспортный лизинг, когда производитель имущества или торговая фирма продает его лизинговой компании, а та, в свою очередь, заключает соглашение с арендатором имущества, проживающим за рубежом;

транзитный лизинг, при котором имущество продается лизинговой компании из другого государства, а она, в свою очередь, заключает соглашение с арендатором, проживающим в третьей стране. Как правило, лизинговая компания, практикующая международный лизинг, размещается в стране, законодательство которой благоприятствует осуществлению подобных операций;

специальный лизинг, связанный с осуществлением крупного промышленного строительства. В этом случае создается финансовый пул, имеющий исключительной целью финансирование строительства промышленного комплекса и сдачу его в аренду арендатору из страны, где нет ни продавца, ни арендодателя комплекса.

Довольно типичным и распространенным является разделение лизинга по признаку "движимости" имущества, т.е. деление на мобильный и иммобильный лизинг. Думается такое деление не требует комментария.

Заслуживает особого внимания и права называться отдельным видом лизинга аренда автотранспортных средств, которая стала важной и очень своеобразной областью лизинговых операций. Для фирм и частных лиц она привлекательна прежде всего более низкими первоначальными платежами, равно как и ежемесячными

вносами, по сравнению с покупкой в кредит. При этом, однако, лицо, не пользующееся арендованным автомобилем для деловых целей, лишается возможности вычитать из облагаемого налогом дохода сумму выплачиваемых процентов.

Совершенно не похожи ни на один из названных ранее видов возвратный лизинг через продажу и лизинг поставщику. Сущность операции возвратного лизинга через продажу заключается в продаже собственником своего оборудования лизинговой компании и в одновременном получении проданного оборудования обратно через аренду. Здесь продавец оборудования выступает одновременно и арендатором. Этот вид лизинга используется в тех случаях, когда компания испытывает острую нужду в средствах. Возвратный лизинг представляет собой эффективный способ улучшения ее финансового состояния. Следует отметить, что операции такого рода проводятся в основном в отношении оборудования, бывшего в употреблении.

Лизинг поставщику схож с возвратным лизингом. Поставщик оборудования здесь выступает в двойной роли: продавца и основного арендатора, не являющегося, однако, пользователем оборудования. Арендатор обязан подыскать субарендаторов и сдать им оборудование в субаренду. Для этого не требуется согласие арендодателя, а сдача оборудования в субаренду является обязательной.

Довольно распространена на Западе практика, по которой производители оборудования самостоятельно занимаются финансовым лизингом, не прибегая к услугам специализированных лизинговых компаний. Как правило, такого рода операции проходят на принципах "материнского" лизинга. По такому договору сбытовые филиалы закупают оборудование у материнской компании и предоставляют его потребителю на условиях финансового лизинга. Таким образом материнская компания избавляется от риска, связанного со сбытом, и осуществляет финансирование инвестиций потребителя.

Иногда договоры лизинга разделяют на лизинг с полной выплатой и с частичной выплатой.

Лизинг с полной выплатой, как это явствует из самого названия, означает, что в течение договора лизинговая компания возвращает себе всю стоимость оборудования, т.е. размер арендных платежей рассчитывается таким образом, чтобы компенсировать стоимость оборудования и принести прибыль.

При лизинге с частичной выплатой за время действия одного лизингового договора лизинговая компания возвращает лишь часть стоимости оборудования.

Западная система бухгалтерского учета разделяет лизинг на капитальный и операционный. Лизинг признается капитальным, если он соответствует одному из следующих четырех требований:

- 1) к моменту истечения срока лизинга право владения активами должно быть передано арендатору;
- 2) условия договора предоставляют право покупки имущества с конкурентных торгов;
- 3) срок аренды составляет 75 % и более предполагаемого экономического обеспокоенного срока службы арендуемого имущества;

4) дисконтированная стоимость минимальных арендных платежей в соответствии с договором лизинга составляет 90 % и более реальной стоимости арендуемого имущества за вычетом инвестиционного налогового кредита, удержанного арендодателем. Во всех остальных случаях лизинг считается операционным и не учитывается по статьям активов и пассивов бухгалтерского учета.

В зависимости от условий прекращения лизинговых договоров международная практика различает следующие три вида лизинга:

без права продления срока договора или покупки имущества;

с правом покупки имущества;

с правом продления срока договора.

Лизинговые операции, равно как и всякие другие финансовые операции, требуют наличия системы разного рода гарантий. Так, часто от арендатора требуется гарантия того, что по истечении срока лизинга арендуемое оборудование будет иметь определенную остаточную стоимость. Лизинг с такой гарантией называется арендой открытого типа, а без нее — арендой закрытого типа.

Основными видами лизинга как советскими, так и зарубежными специалистами признаются финансовый лизинг и оперативный лизинг. В данном случае критериев для разграничения несколько: это и тип арендуемого оборудования, и объем обязанностей арендодателя, и срок использования оборудования.

Финансовый лизинг — наиболее распространенный вид лизинговых операций. Он представляет собой обязательство сторон на длительное время, обычно охватывающее средний срок службы оборудования. В этом случае лизинговый договор предусматривает полную выплату арендатором потребленной стоимости арендуемого оборудования и переход к нему всех обязательств по владению имуществом. По существу, это не что иное как предоставление кредита в форме функционирующего капитала (имущественный кредит). По окончании срока действия договора лизинга пользователь может приобрести оборудование в собственность, возобновить договор на льготных условиях или прекратить договорные отношения. Предметами таких операций чаще всего являются дорогостоящие машины и оборудование. В качестве арендодателя при финансовом лизинге, как правило, выступают специализированные лизинговые компании, которые приобретают оборудование в собственность у фирм-изготовителей и по заявкам сдают его в лизинг.

При оперативном лизинге в течение действия одного договора срок использования оборудования намного меньше срока его экономической службы. Для того, чтобы вернуть себе стоимость оборудования, лизинговая компания сдает его во временное пользование несколько раз. Техническое обслуживание, ремонт, страхование и прочие услуги при оперативном лизинге лежат на лизинговой компании. Предметом оперативного лизинга обычно является оборудование с высокими темпами морального старения. Следует заметить, что число договоров оперативного лизинга в 80-е годыросло в два раза быстрее операций финансового лизинга.

Одним из наиболее сложных видов лизинга является лизинг с привлечением средств. Основной его целью является объединение

нескольких финансовых учреждений для финансирования крупных лизинговых проектов. Подсчитано, что свыше 85 % всех операций по лизингу с полной выплатой относятся к лизингу с привлечением средств, известному так же, как лизинг инвестиционного типа. Сложность отношений, возникающих в связи с этой разновидностью лизинга, в первую очередь заключается в большом количестве его участников (до шести и более).

Лизинг с привлечением средств предусматривает получение арендодателем долгосрочного займа у одного (простой вариант) или у нескольких (сложный вариант) кредиторов на сумму до 80 % от стоимости сдаваемого в аренду оборудования (активов). В типичной сделке такого лизинга арендодатель кроме дохода в виде процентов и быстрого возмещения капиталовложений за счет изъятия из-под налогообложения амортизационных отчислений и процентных платежей в первые годы аренды, получает также вознаграждение за организацию финансирования. Арендодатель берет долгосрочную ссуду (без права обратного требования), причем арендные платежи и оборудование служат обеспечением ссуды.

Это означает, что арендодатель не является ответственным перед займодавцами за выплату ссуды, она погашается из сумм периодических арендных платежей, вносимых арендатором. В некоторых случаях арендодатель делегирует часть своих прав по лизинговому договору ссудодателям, и арендатор вносит арендные платежи непосредственно ссудодателям. С целью снижения налогов арендодатель отчитывается по арендным платежам как по статье дохода и получает право вычитать амортизационные отчисления по арендуемому оборудованию, равно как и ссудный процент по долгосрочному займу из суммы, облагаемой налогом. В результате, в первые годы лизинга арендодатель несет крупные убытки из-за налогов, но имеет значительные поступления денежных средств, которые на последующих этапах сменяются их отливом.

Лизинг с привлечением средств часто применяется в крупных сделках, когда арендаторы лишены возможности воспользоваться налоговым инвестиционным кредитом или ускоренной амортизацией. Это может быть связано с недостаточными прибылями или с тем, что их доходы полностью или частично свободны от налогообложения.

Предпочитая лизинг покупке имущества, арендатор может передать свои весьма существенные налоговые льготы арендодателю в обмен на финансирование под процент, часто значительно более низкий, чем обычная ставка процента на заемный капитал.

Охарактеризуем преимущества лизинга по сравнению с продажей для продавца.

1. Средство активного маркетинга. Для предприятий, которые стремятся обеспечить дополнительные каналы сбыта своей продукции, лизинг представляет несомненный интерес. Для них лизинг — инструмент рыночной экспансии. Закладывая лизинг в свои сбытовые программы, они расширяют круг потребителей за счет тех предприятий, которые либо не нуждаются в постоянном владении

техникой, либо не могут ее приобрести в собственность, либо хотят опробовать технику в деле.

Типичный пример использования лизинга как инструмента сбыта даст практика американской компании "Лазеркомб Америка", специализирующейся на производстве средств автоматического проектирования. Попытки ее руководства расширить круг клиентуры за счет мелких предприятий, оснащенных новой техникой, поначалу не давали эффекта: мало кто мог позволить покупку оборудования, стоящего 100 тыс. дол., да и сама фирма слабо представляла специфику этого сектора рынка. Тогда она прибегла к помощи лизинга, и в результате годовой объем продаж возрос на 20—30 %.

2. Установление канала обратной связи. В ходе кратковременного использования оборудования выявляются конструкционные недостатки, и вся информация такого рода передается предприятиям-изготовителям для принятия мер по их устранению.

3. Форсирование темпов обновления продукции. Имея такой канал сбыта, как лизинг, промышленные компании могут ускорять смену моделей и на этой основе завоевывать новые рынки. Так, лидеры в производстве ЭВМ и копировальной техники — американские фирмы ИБМ и "Ксерокс" практически ежегодно выпускают новые образцы, сдавая старые в лизинг. От этой сферы деятельности они получают 50—70 % доходов.

4. Возможность на время избавиться от неиспользуемого оборудования. Довольно часто возникают ситуации, когда предприятию выгодно избавиться от части оборудования, производственных мощностей или другого имущества лишь на время (например, заказ по этому оборудованию еще не найден, отложен или не поступил, и оно временно простаивает, но избавляться от него пока рано). В этом случае лизинг становится просто незаменимым.

5. Удобство расчета. Продавцу не приходится прибегать к коммерческому кредиту, и он может получить всю сумму непосредственно после осуществления сделки. Лизинговая фирма обеспечивает 100-процентное ее финансирование.

6. Снятие риска возможного неплатежа. Поскольку финансирование лизинговой сделки и оплата за объект сделки продавцу является функцией лизинговой фирмы, то она же решит и проблему гарантий.

7. Возможность получить финансовые ресурсы, не прибегая к услугам финансовых организаций.

8. Эффективная реклама. Потенциальные покупатели на своем опыте (в качестве арендаторов), а также на опыте других арендаторов могут убедиться в возможностях предлагаемых машин и оборудования не по рекламным проспектам, а на деле — в эксплуатации.

9. Увеличение объемов продажи за счет повышения спроса на вспомогательное оборудование. Расширение лизинговых операций может вызвать увеличение спроса, а следовательно, и продажи вспомогательного оборудования, приборов, принадлежностей, оснастки и инструмента, используемых при эксплуатации машин и оборудования, реализуемых по каналам лизинга.

Перечислим теперь преимущества лизинга в сравнении с покупкой машин и оборудования на средства, полученные займы, в результате обычной кредитной операции для пользователя. К ним относятся:

- возможность будущего переоснащения производства;
- проведение ускоренной амортизации машин и оборудования, а затем его покупка по низкой остаточной стоимости;
- приобретение арендатором инвестиционного товара вместе с финансированием;
- выбор срока действия и вида контракта с учетом потребностей арендатора;
- предоставление арендатору на выгодных условиях 100-процентного финансирования с привлечением средств со стороны;
- учет арендной платы по статьям текущих расходов;
- простота калькуляции;
- расширение возможностей предприятия в получении кредитов;
- небольшой первоначальный взнос за приобретаемое оборудование;
- начало начисления арендных платежей после запуска оборудования;
- увеличение возможностей мелких предприятий по приобретению оборудования;
- высвобождение финансовых средств для других инвестиций;
- гибкое финансирование;
- повышение гибкости производственных программ;
- организация снабжения запасными частями;
- получение налоговых льгот;
- комплексность лизинговых услуг.

Остановимся на конкретных услугах, которые оказывает лизинговая фирма своим клиентам:

выяснение, является ли лизинг выгодным способом финансирования для заинтересованного клиента как с экономической, так и с юридической точки зрения;

участие в переговорах о цене, условиях платежа и оформлении контракта с поставщиком;

- получение информации о будущем клиенте арендатора;
- изучение рентабельности лизинговых проектов;
- предоставление сведений о субсидиях и гарантиях;
- оформление таможенных формальностей;
- решение вопросов транспорта и страхования;
- организация ввода в эксплуатацию объекта лизинга;
- координация поставок запасных частей и технического обслуживания.

В зависимости от предоставляемых ими услуг лизинговые компании подразделяются на финансовые и сервисные. Финансовые лизинговые компании занимаются организацией финансовых форм лизинга, их еще называют "поставщиками кредита", и никакими другими сервисными функциями они, как правило, не занимаются. Сервисные же лизинговые компании, передавая оборудование, берут на себя все или часть обязанностей, связанных с обслуживани-

ем, ремонтом, страхованием объектов лизинга, контролируют оплату налогов, ведет бухгалтерскую отчетность, консультируют пользователя в отношении эксплуатации оборудования и т.д.

Широкое применение лизинга привело к существенному увеличению числа компаний, специализирующихся в этой области, а также к расширению круга организаций, которые стали принимать участие в лизинге.

В качестве арендодателя в лизинговых операциях выступают:

финансовые лизинговые компании;

сервисные (специализированные) лизинговые компании;

брокерские лизинговые фирмы;

филиалы промышленных корпораций и банков, занимающихся лизингом;

банковские организации;

страховые, пенсионные фонды.

Лизинговая фирма является типичной организацией, предоставляющей оборудование во временное пользование. Фирмы-производители чаще всего сдают свою продукцию в лизинг именно с их помощью. Такое положение объясняется, во-первых, кредитной функцией лизинга, предполагающей участие финансово-кредитных институтов; во-вторых, сложностью такого рода сделок. Их организация и осуществление выделилось в особую форму хозяйственных отношений, предмет деятельности фирм финансово-кредитного и делового обслуживания.

Решающие позиции в индустрии лизинговых операций занимают филиалы или дочерние компании промышленных корпораций и банков, но наряду с ними действует несколько тысяч независимых лизинговых фирм разного типа. Большинство из них — мелкие предприятия, целиком зависящие от банков, которые финансируют от $\frac{1}{2}$ до $\frac{3}{4}$ их операций. Как правило, они специализируются на лизинге определенного вида оборудования и ориентируются на узкий сегмент рынка. Есть фирмы, которые обслуживают только мелкий бизнес. Роль таких предприятий весьма велика.

Существуют также лизинговые брокерские компании, основными функциями которых является сведение пользователя, желающего взять то или иное оборудование во временное пользование, изготовителя или оптовой фирмы, и банка, который может финансировать эту сделку. Важно отметить, что лизинговый брокер не является участником отношений по лизингу, он лишь осуществляет посреднические функции при возникновении этих отношений. Как правило, брокер не несет материальной ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение сторонами условий договора. Лизинговые брокеры осуществляют свою деятельность самыми различными способами: в одних случаях они выступают как агенты изготовителя по сбыту продукции, от которого они получают комиссионное вознаграждение, в других случаях услуги брокера оплачиваются пользователем после организации лизинга на выгодных для него условиях.

Чрезвычайно важную и заметную роль в лизинге играют банки. Участие банков может быть прямым (если они непосредственно

сдают в лизинг машины и оборудование) и косвенным (если предоставляют ссуды лизинговым компаниям). Ни одна сколько-нибудь крупная лизинговая операция не обходится без участия банков. Особенно широкую деятельность в этой области развернули американские банки. Об этом свидетельствуют следующие данные: еще в 70-е годы каждый пятый банк с активами более 100 млн дол. участвовал в прямом лизинге, а общее число банков, ведущих лизинговые операции, превышало 500 [Медведков, 1979].

Уже в течение многих лет в лизинге участвуют страховые компании. Необходимо отметить, что активизация их деятельности наблюдается не только в области лизинга. Страховые компании, наряду с банками, стали играть заметную роль, как участники кредитной системы. Страховые компании и банки участвуют как в прямом, так и в косвенном лизинге. Если в силу своего устава страховые общества неправомерно вкладывать деньги в движимое имущество, то они нередко создают посреднические организации или используют институт доверительной собственности.

В последние годы в лизинге стали принимать участие и пенсионные фонды. Объясняется это увеличением их роли в системе кредитно-финансовых учреждений, что в некоторых случаях приводит к вытеснению ими страховых компаний.

Выгоды, получаемые отдельными фирмами, складываются в общий хозяйственный эффект, способствующий появлению новых технологий, росту объемов производства товаров и услуг.

В первую очередь это эффект расширения производственных мощностей. Конечно, лизинговое финансирование машин и оборудования осуществляется в рамках совокупного инвестиционного спроса, который, в свою очередь, определяется общей хозяйственной ситуацией. Но при прочих равных условиях он создает дополнительные стимулы к накоплению, ускоряет процесс трансформации капитала из ссудного в функционирующий.

Кроме того, это эффект ускорения научно-технического прогресса. Благодаря лизинговым операциям производители получили дополнительный канал реализации своей продукции, средство ускорения обновления производства, что особенно важно для развития наукоемких отраслей. В то же время лизинг делает более доступными многие виды дорогостоящего оборудования. Расширяется круг их потребителей за счет мелкого и среднего бизнеса. Достижения науки и техники проникают в хозяйственные структуры.

Наконец, это возросший эффект инвестиций. Способствуя модернизации производства, лизинг обеспечивает рост производительности машин и оборудования. Отпадает необходимость в замораживании крупных средств. Фирмы могут приобретать оборудование, ориентируясь на среднюю, а не на максимальную потребность в нем. Важно также и то, что при лизинге возникают дополнительные стимулы к экономии: техника чаще всего привлекается на короткий срок, обходится дорого и, стало быть, ее надо использовать с максимальной отдачей.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что участниками лизинговых сделок могут быть различные субъекты. Многооб-

разием отличаются и отношения, операции, охватываемые лизинговым договором. Мы попытались раскрыть их преимущества по сравнению с куплей-продажей или обычным кредитом. Особую важность для реализации этих преимуществ представляет юридическое обоснование лизинговых отношений. Остановимся на этом вопросе подробнее.

Существуют различные точки зрения на юридическую природу лизинговых отношений.

Анализируя различные концепции, выдвигаемые зарубежными учеными, можно выявить два основных подхода. В первом лизинг исследуется с помощью традиционных институтов гражданского права: договоров купли-продажи, аренды, займа, гарантии, поручения и пр. Во втором утверждается, что сложность и оригинальность лизинговых отношений дает основания рассматривать их как особые отношения. В некоторых случаях предметом изучения является весь комплекс отношений, в других — только договор о передаче имущества во временное пользование.

В рамках первого подхода каждая из теорий, как правило, ставит во главу угла какой-либо один аспект лизинга: либо необычные взаимоотношения изготовителя и арендатора, либо объем прав и обязанностей арендатора, практически приближающийся к объему прав и обязанностей собственника и т.д. Наличие общих черт лизинга с договором аренды привело к появлению концепции, согласно которой договор лизинга рассматривается как разновидность договора аренды. Нельзя, однако, не заметить, что договор лизинга обладает рядом особенностей. Лизинговая компания-арендодатель специально закупает для конкретного арендатора и по его же просьбе имущество у изготовителя, т.е. лизинг это единый комплекс, а аренда — лишь элемент этого комплекса.

Наиболее ярко различие аренды и лизинга проявляется в решении вопросов ответственности. В договоре аренды арендодатель несет ответственность перед арендатором за несвоевременное предоставление имущества в пользование арендатора, за обнаруженные дефекты и т.п. В договоре лизинга ответственность за нарушение условий, относящихся к предмету договора (качество, несоответствие целям арендатора), обычно несет изготовитель имущества. В результате перед арендатором отвечает не собственник имущества, а изготовитель, который не участвует в договоре аренды. В случае гибели или порчи имущества, как правило, рискует арендатор, а в договоре аренды, как это предусматривается законодательством разных стран, — собственник, т.е. арендодатель.

Западногерманский ученый Эссер утверждает, что наличие в договоре лизинга опциона на покупку дает возможность квалифицировать его как разновидность договора купли-продажи. При договоре купли-продажи в рассрочку право собственности переходит от продавца к покупателю, как правило, в момент заключения договора. При договоре лизинга право собственности сохраняется за лицом, предоставившим имущество во временное пользование. В содержание договора лизинга не включается обязанность арендатора

по приобретению имущества в собственность: вопрос покупки имущества полностью передан на усмотрение арендатора.

Существует мнение, что лизинг несет в себе черты института поручения. При этом предусматривается следующая схема отношений между тремя участниками лизинга. Арендатор поручает специализированной компании приобрести имущество, которое впоследствии будет служить предметом договора между ними. Это поручение выполняет лизинговая фирма путем заключения договора купли-продажи с изготовителем. После этого арендатор и арендодатель как бы меняются ролями: теперь последний поручает арендатору получить имущество, а также уполномочивает его предъявить первоначальному собственнику (изготовителю) все претензии в связи с ненадлежащим качеством имущества. отождествление лизинга с договором поручения вызывает ряд возражений. Прежде всего при таком сравнении не учитывается основная цель лизинга: временное пользование имуществом и последующее возможное приобретение его в собственность. Сопоставляя права и обязанности сторон двух договоров, можно обнаружить существенные различия между ними. Имущество приобретается лизинговой фирмой на свое имя, однако, исходя из теории поручения, оно должно приобретаться на имя арендатора, поскольку он дает поручение и выступает в роли доверителя. Кроме того, арендатор не возмещает сразу арендодателю расходов, связанных с приобретением имущества. Следует также добавить, что при такой конструкции отношения между первоначальным собственником и арендодателем и первоначальным собственником и пользователем оказываются за ее пределами.

Во Франции получила развитие теория, согласно которой лизинг рассматривается как договор в пользу третьего лица. Ее сторонники считают, что изготовитель и лизинговая компания заключают договор в интересах арендатора, но в действительности арендатор не участвует в договоре купли-продажи между первоначальным собственником имущества и лизинговой компанией, а лишь использует его результаты.

Ряд юристов во Франции и ФРГ исходят из того, что лизинговые отношения носят комплексный характер и в них соединяются элементы договоров аренды, купли-продажи и займа.

Несколько слов необходимо сказать о правовой базе лизинга в Советском Союзе. Поскольку, как уже отмечалось, ядром лизинга является аренда, основой для регулирования лизинговых отношений в нашей стране может быть принятый в 1989 г. закон об аренде и арендных отношениях. Для дополнительного регулирования лизинговых операций можно воспользоваться также отдельными статьями Гражданского кодекса РСФСР. При этом хотелось бы отметить, что несмотря на всю схожесть с арендой, лизинг требует самостоятельного правового изучения, и перед нашими правоведами стоит задача введения в юридическую практику института лизинга.

ФИРМЕННЫЙ СЕРВИС

3.1. ФИРМЕННЫЙ СЕРВИС КАК ФОРМА ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ИЗГОТОВИТЕЛЕМ И ПОТРЕБИТЕЛЕМ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

На современном этапе развития народного хозяйства страны можно наблюдать ряд устойчивых объективных тенденций:

возрастание сложности промышленных изделий и вследствие этого — появление дополнительных требований к квалификации кадров эксплуатационников, к качеству проведения ремонтных и обслуживающих работ;

быстрое моральное старение производственного аппарата, вызванное ускорением научно-технического прогресса, которое приводит к необходимости выполнения принудительной модернизации;

повышение требований к качеству промышленных изделий, вследствие изменения ситуации в отношениях между потребителем и производителем;

относительное истощение источников естественных ресурсов и возрастание роли вторичных ресурсов;

Все это обуславливает изменение требований к организации процессов эксплуатации промышленной продукции. Для многих изделий затраты на изготовление составляют лишь от 3 до 10 % от совокупных затрат по всему жизненному циклу [Аганбегян, 1979]. Следовательно, значительные резервы повышения эффективности работы машин, оборудования, устройств можно искать именно на этом этапе.

Стоимость производственных фондов всех отраслей народного хозяйства превышает 1,6 трлн руб. Стоимость активной их части — машин, оборудования, приборов, транспортных средств составляет 650 млрд руб. [Вальтух, Лавровский, 1986]. Качественные же характеристики большинства элементов основных фондов, организация процессов их эксплуатации, режим использования и ряд других особенностей не дают возможности достичь высоких народнохозяйственных результатов, сдерживают темпы экономического роста.

В течение трех последних пятилеток наблюдалось уменьшение масштабов ввода новых мощностей. В то же время сокращалось выбытие устаревших промышленно-производственных основных фондов. Не соответствует современному уровню и качественное состояние производственного аппарата. Высокий физический и моральный износ, низкая надежность не позволяют доводить объемы выпускаемой продукции до максимально возможных, снижают темпы научно-технического прогресса. Ежегодно износ возрастает на 1 %. Высоким износом отличается активная часть основных производственных фондов. Большое количество оборудования пересамортизировано.

Серьезной народнохозяйственной проблемой является организация рационального использования оборудования (что отчасти может быть объяснено сказанным выше).

Таким образом, можно утверждать, что качественные характеристики имеющегося производственного аппарата, особенности его использования в современных условиях не способствуют существенному ускорению экономического развития.

В сложившейся ситуации необходимы замена старого производственного аппарата новым, отвечающим требованиям современного уровня производства, и организация эффективной эксплуатации машин и оборудования.

Отношение предприятий к элементам основных фондов изменяется с введением новых форм хозяйствования. Так, предприятия-потребители машин и оборудования в условиях самофинансирования должны формировать свои основные производственные фонды преимущественно за счет собственных источников, при этом резко уменьшаются возможности использования на эти цели централизованных капиталовложений. Одновременно происходит естественное удорожание отдельных элементов активной части основных фондов вследствие их усложнения, воплощения в них элементов научно-технического прогресса. В этих условиях предприятия-потребители непосредственно заинтересованы в наиболее полном использовании машин и оборудования, интенсивной их эксплуатации, соответствии их характеристик современному техническому уровню, повышении их отдачи, своевременной замене изнашивающихся и устаревающих элементов.

С другой стороны, возрастает заинтересованность изготовителей в поиске и подборе пользователей. Эта тенденция должна значительно усилиться по мере ликвидации имеющего сейчас место монопольного диктата изготовителей и развития рыночных отношений. Одним из действенных рычагов в возникающей конкурентной борьбе могли бы стать гарантии производителя эффективной работы выпущенных им изделий.

Непосредственное участие изготовителя в процессе эксплуатации машин, оборудования, устройств, усиление его ответственности и заинтересованности в эффективном использовании и высокой производительности выпущенной продукции полностью соответствовали бы требованиям и особенностям современного этапа развития народного хозяйства.

В существующей практике хозяйственных отношений наиболее распространенной формой получения субъектами хозяйственной деятельности средств производства и предметов потребления является приобретение их посредством купли-продажи. Акт купли-продажи можно определить как договор, по которому продавец, собственник или распорядитель определенного имущества обязуется продать его в собственность или распоряжение покупателя, а последний обязуется принять от продавца купленное имущество, заплатив за него оговоренную цену.

Приобретенные изделия эксплуатируются пользователями в течение всего срока службы. Выходящие из строя детали периодически

ски заменяются, частично утрачиваемые функции восстанавливаются с помощью ремонтов. По истечении срока службы, когда ремонт и замена становятся невыгодными, изделие выбывает из потребления, взамен аналогичным образом приобретается другое, и описанный цикл повторяется вновь. Изготовитель отвечает за качественные характеристики выпущенной им продукции и устраняет возникающие поломки только в течение гарантийного срока службы.

Существуют и другие способы приобретения в пользование средств производства и предметов потребления. Во многих случаях представляется целесообразным сохранение связей изготовителя и потребителя в течение всего периода эксплуатации. К подобным формам хозяйственных отношений можно отнести фирменный сервис по всему жизненному циклу изделий.

Нами сделана попытка анализа отношений фирменного сервиса, возникающих по поводу предметов производственного потребления — элементов сложной техники.

Основная особенность фирменного сервиса — это активное участие изготовителя в процессе эксплуатации изделия, что весьма актуально при использовании сложной техники, внедрение которой требуется на данном этапе развития экономики.

К основным его преимуществам можно отнести:

возможность повышения уровня индустриализации работ по техническому обслуживанию и ремонту, широкое применение профилактических мер;

осуществление постоянного информационного отслеживания качества работы изделий по всем этапам жизненного цикла и повышение вследствие этого эффективности конструкторских решений;

оказание потребителям комплекса услуг, связанных с консультированием по эксплуатации техники, обеспечением ее запасными частями, информацией о технических новинках;

рационализация процессов утилизации остатков отслуживших свой срок изделий, усиление на этой основе ориентации на источники вторичных ресурсов при изготовлении продукции.

Перечень преимуществ можно продолжить. Их реализация позволила бы организовать эффективное использование машин и оборудования, повысить их отдачу, снизить затраты на эксплуатацию.

Для производителей гарантия обеспечения этих условий означала бы возможность привлечь потребителей, что достаточно важно в условиях становления и развития рынка.

Мы уже отмечали, что фирменный сервис как система хозяйственных отношений характеризуется непосредственным участием изготовителя в процессе эксплуатации выпущенного им изделия. В литературе для обозначения отношений подобного рода используются различные термины: фирменный сервис, фирменное обслуживание, сервисное обслуживание, техническое обслуживание, индустриальное сопровождение, фирменно-технический сервис, технический сервис, фирменный ремонт.

Нами использовался термин "фирменный сервис", поскольку, как нам кажется, именно он наилучшим образом отражает непосредственное отношение изготовителя к выпущенной им продукции

в процессе ее эксплуатации. Этот термин хорошо известен специалистам-практикам (он встречается в названиях подразделений, создаваемых на предприятиях для выполнения соответствующих работ). Формы реализации сервисных отношений на практике отличаются большим разнообразием.

Проведенный нами анализ базируется на рассмотрении взаимодействия в рамках фирменного сервиса изготовителя и потребителя на следующих этапах жизненного цикла изделия:

доведение до потребителя в широком смысле, включающее доставку, монтаж, наладку, регулировку, обучение кадров пользователей;

эксплуатация, предполагающая техническое обслуживание и эксплуатационный контроль, ремонты, капитальные ремонты, модернизация;

утилизация остатков, отслуживших свой срок изделий. Все перечисленные этапы составляют тот период жизни изделия, который оно находится у потребителя после приобретения. Представляется, что именно такой подход позволяет наиболее полно использовать и анализировать возможности взаимодействия изготовителя и потребителя, проблемы фирменного сервиса. Выделенные этапы отражены на схеме 1.

В капиталистических странах фирменный сервис занимает центральное место в организации отношений между изготовителем и потребителем. Обслуживает технику тот, кто ее производит [Смеляков, 1984]. Запасные части изготавливаются до тех пор, пока работает хотя бы одно изделие (их продажа очень выгодна изготовителю: прибыль при этом в 1,2—2 раза выше, чем при первоначальной продаже [Комлев, 1985]).

Т. Питерс и Р. Уотермен при описании опыта образцового управления американскими компаниями одним из признаков образцовой кампании считают ее обращение к потребителю [Питерс, Уотермен, 1985]. Они делают вывод, что все компании, независимо от их специализации, считают себя предприятиями по обслуживанию потребителей; в работе предприятия нет такой сферы, которая не имела бы к ним отношения.

В зарубежных странах сервисное обслуживание распространено очень широко и часто превращается в самостоятельную отрасль экономики. Так, на крупнейших американских компьютерных фирмах IBM и "Digital Equipment Corporation" в службе сервиса занято соответственно 10 (свыше 35 тыс. чел.) и 25 % от общей численности сотрудников [Супян, Шейман, 1982]. При этом от реализации технических услуг данные фирмы получают соответственно 20 и 30 % общего объема прибыли.

Формы обслуживания потребителей как и набор услуг отличаются значительным разнообразием. Например, при продаже автомобилей широко используется сеть дилеров, обеспечивающая по договору с изготовителем работы по обслуживанию и снабжению запасными частями. В США дилерская сеть начала складываться в 40-е годы и обрела широкое распространение в 50—60-е годы.

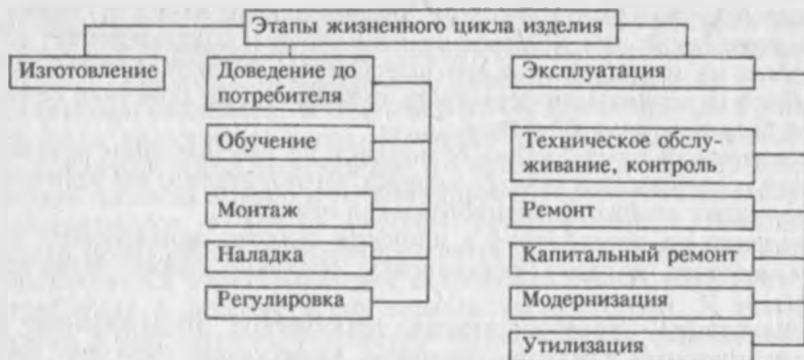


Схема 1. Рассматриваемые этапы жизненного цикла изделия.

В зарубежной практике есть примеры организации обслуживания автомобилей силами самих владельцев на специально оборудованных для этого постах [Райт, 1985]. Потребитель оплачивает пользование рабочим местом, инструментом, запасные части, техническое руководство. Иногда обслуживание осуществляется специализированными передвижными мастерскими.

Во всех случаях сохраняется особенность фирменного сервиса — ответственность изготовителя за организацию обслуживания не только выпускаемых, но и снятых с производства видов машин и оборудования на протяжении всего их срока службы.

Существующие формы организации сервиса характеризуются либо непосредственным контактом производителя с потребителем, либо осуществлением работ опосредованно.

Первая форма применяется для обслуживания сложного промышленного оборудования, сосредоточенного у небольшого числа потребителей.

Опосредованный контакт осуществляется при территориальной разобщенности оборудования и незначительном объеме работ. Обычно эта форма применяется для электронного, сельскохозяйственного, дорожно-строительного и подъемно-транспортного оборудования.

Так, при обслуживании ЭВМ производители выполняют только 18 % от общего объема работ по техническому обслуживанию, остальные 82 % приходятся на компании, занимающиеся продажей услуг.

Некоторые виды продукции потребитель обслуживает собственными силами, что объясняется значительными убытками в результате даже кратковременных простоев. Это относится, например, к горно-шахтному оборудованию.

Многие зарубежные фирмы закладывают основы организации фирменного сервиса еще до начала проектирования новых машин и оборудования, анализируя опыт обслуживания предыдущих моделей. Большое внимание уделяется изучению конъюнктуры рынка, его требований к техническому обслуживанию. Особую важность представляет обслуживание в гарантийный период, когда вся по-

мощь осуществляется бесплатно. В течение этого времени проводятся профилактические осмотры, устраняются недостатки, готовятся специалисты-эксплуатационники.

В послегарантийный период фирма-изготовитель в соответствии с договоренностью с покупателем проводит планово-предупредительные осмотры, текущий и капитальный ремонты, снабжает запасными частями, дает консультации по эксплуатации.

Большое значение придается сбору информации об особенностях работы изделий, трудоемкости обслуживания, ремонтпригодности, сроках службы отдельных узлов и деталей. Собранная информация служит источником повышения качества выпускаемой продукции.

Очень важно при организации сервисного обслуживания решить проблему снабжения запасными частями. Фирмы заинтересованы в их производстве, поскольку цены на них в 2,5 раза выше цен на те же узлы и детали, поставляемые в составе готовых изделий.

При планировании запасов и сбыта запасных частей учитываются климатические условия, степень развития сети технического обслуживания, парк оборудования, перспективы его изменения, уровень квалификации эксплуатирующего персонала, условия работы и другие факторы.

Право на производство запасных частей принадлежит фирмам-изготовителям. Однако возможны случаи приобретения специализированными фирмами этого права для отдельных наименований изделий или определенного их количества. Часто фирма-изготовитель предлагает вместе с выпускаемым изделием и большой набор комплектующих, необходимых для его эксплуатации. Обязательным элементом фирменного сервиса является подготовка специалистов-эксплуатационников.

Таким образом, реализации фирменного сервиса в капиталистических странах присущи гибкость, многообразие организационных форм и методов, способность обеспечивать запросы как крупных потребителей машин и оборудования, так и небольших предприятий, высокая эффективность. В настоящее время возрастает значимость этой сферы деятельности фирм-изготовителей.

В отечественной практике также встречаются разнообразные примеры реализации фирменного сервиса, но полного и последовательного воплощения эта система пока не получила. В большинстве случаев можно вести речь лишь об использовании отдельных ее элементов.

На некоторых машиностроительных предприятиях созданы хозрасчетные специализированные службы по техническому сервису (производственные фирмы, управления, отделы и т.д.). Примером могут служить организованные на ПО "КамАЗ" и "ВАЗ" производственные фирмы с хозрасчетными региональными автоцентрами и специализированными заводами по капитальному ремонту узлов, агрегатов.

Обеспечивает свою продукцию фирменным сервисом Свердловское производственное объединение "Пневмостроймашина", включающее 5 заводов. Оно выпускает 940 видов изделий, причем 25 % составляет гидравлика [Мокроносков, Анисимова, 1988]. Объедине-

ние организовало полный ремонт некоторых видов продукции еще в 50-е годы. Подобное решение было продиктовано особенностями изделий, высокими требованиями к технологии ремонта (это высокоточная техника). Сейчас объединение имеет по всей стране сеть опорных пунктов, приносящих большую прибыль. Рентабельность ремонтных работ крайне высока. В результате внедрения фирменного сервиса за счет полной информации об эксплуатации изделий ресурс новых моделей увеличился в 1,5—2 раза. Потребность в запасных частях сократилась почти в 10 раз. Выгоден оказался сервис и для потребителей, помимо прочих преимуществ (высокое качество, малые простои и др.) ремонт одного мотора силами опорного пункта сейчас обходится дешевле самостоятельного ремонта (320 руб. против 500).

Сеть обслуживающих центров имеют предприятия Союз ЭВМ-центра. Они предлагают производство монтажных и наладочных работ, техническое обслуживание и ремонты; консультационные услуги.

Около 30 центров насчитывает специализированное объединение "Станкосервис", выполняющее пусконаладочные работы, ремонты в гарантийный и послегарантийный периоды, техническое обслуживание. Объединение имеет договоры с 15—20 заводами-изготовителями.

В 1986 г. предприятия Минтехмаша имели более 280 опорных пунктов в местах эксплуатации техники. Объем работ по сервису в этом же году составил 1 млн руб. [Мокроносков, Анисимова, 1988]. Крупнейшее производственное объединение "Уралмаш" имеет в своем составе управление внешнего монтажа и технического обслуживания.

В области комплектной поставки оборудования интересен опыт Ивановского станкостроительного объединения имени 50-летия СССР, которое выпускает обрабатывающие центры [Кабаидзе, 1982]. Цель работы объединения — доведение до потребителя не только обрабатывающего центра, но и всего необходимого оборудования и инструмента, создание технологии обработки наиболее типичных деталей.

Можно продолжить перечень предприятий и объединений, относящихся к самым различным министерствам, осуществляющих отдельные функции фирменного сервиса выпускаемой ими же или другими предприятиями продукции.

Система фирменного сервиса может широко использоваться при прокате изделий. Так, многие элементы фирменного сервиса включает система проката техники, внедряемая территориальными органами Госснаба СССР. Услугами прокатных пунктов пользуются свыше 15 тыс. потребителей: академические и отраслевые научно-исследовательские институты, проектно-конструкторские и технологические организации, вузы, промышленные, строительные, транспортные организации. Наиболее эффективно организован фирменный сервис продукции, выпускаемой на экспорт.

Существуют различные варианты организации работ, выполняемых в рамках фирменного сервиса (табл. 3.1). Следует заметить,

Таблица 3.1

Возможные взаимодействия изготовителя и потребителя сложного изделия на различных этапах его жизненного цикла

Этап жизненного цикла	Организация работ в рамках фирменного сервиса
1	2
Обучение кадров эксплуатационников	Обучение потребителя без участия изготовителя Консультирование изготовителем до поступления изделия потребителю Организация специальных учебных центров при изготовителе Разовое консультирование изготовителем в процессе эксплуатации Периодические курсы при изготовителе Организация учебных центров в филиалах изготовителя (опорных пунктах) Оказание консультационных услуг посредническими организациями
Доставка изделия потребителю	Доставка силами потребителя Частичное участие изготовителя в доставке Доставка изготовителем
Монтаж, наладка, регулировка	Выполнение всех работ без участия изготовителя Выполнение всех работ силами специализированных посреднических организаций Выполнение изготовителем шеф-монтажа и авторского надзора Выполнение всех работ силами изготовителя Выполнение всех работ филиалами изготовителя
Обеспечение комплектующими	Поставка отдельного изделия Поставка части комплектующих Поставка всего необходимого набора комплектующих Обеспечение работоспособности всего комплекта оборудования
Техническое обслуживание и эксплуатационный контроль	Выполнение всех работ потребителем Выполнение всех работ изготовителем в течение гарантийного срока службы Выполнение изготовителем работ по договорам Выполнение всех работ изготовителем в течение всего срока службы Выполнение силами филиалов изготовителя (опорных пунктов) Выполнение специализированными независимыми посредническими организациями Выполнение посредническими организациями по договорам с изготовителем

1	2
Ремонт (текущий, средний капитальный)	Проведение силами потребителя Проведение изготовителем в течение гарантийного срока службы Проведение изготовителем по договорам за пределами гарантийного периода Проведение изготовителем в течение всего срока службы Проведение филиалами изготовителя Проведение специализированными ремонтными мастерскими
Модернизация изделия у потребителя	Выполнение силами потребителя при консультировании изготовителем Выполнение изготовителем по запросу потребителя Выполнение изготовителем (принудительно) Выполнение филиалами изготовителя Выполнение посреднической организацией
Утилизация остатков отслуживших свой срок изделий	Отсутствие утилизации Повторное использование отдельных узлов и деталей потребителем Утилизация отдельных узлов и деталей изготовителем или его филиалами Обязательная полная утилизация изготовителем или его филиалами Утилизация отдельных узлов и деталей посредническими организациями

что реальное многообразие отношений значительно шире представленного в таблице.

Отечественный опыт реализации элементов фирменного сервиса выявил ряд серьезных проблем. В некоторых случаях сервис носит формальный характер, так как количество обслуживаемой техники превышает целесообразные нормы. Заводы-изготовители не заинтересованы пока в сервисной пригодности своей продукции (удобство и простота монтажа, наладки, обслуживания), так как это связано с дополнительными затратами.

Часто сервис превращается в средство изъятия дохода у потребителя (плата за выполнение услуг по необоснованно высоким ценам). Существенным препятствием развития фирменного сервиса является монополизм производителей. Во многих случаях сервисные подразделения слабо связаны с конструкторскими и другими службами, их сфера деятельности и набор услуг ограничены. Одной из центральных проблем организации фирменного сервиса является снабжение запасными частями.

В результате существования большого количества нерешенных вопросов смысл фирменного сервиса в ряде случаев искажается, его преимущества реализуются не полно.

Таким образом, можно утверждать, что несмотря на значительные достоинства фирменного сервиса сложных промышленных изделий по сравнению с традиционными формами их приобретения и использования, преимущества как для изготовителя, так и для потребителя, несмотря на необходимость его организации при эксплуатации современных видов техники, практика широкого его внедрения крайне ограничена, сопряжена с рядом серьезных трудностей.

Отсутствует единая концепция развития фирменного сервиса на современном этапе, не разработаны экономические основы его реализации, нет правовой регламентации сервисных отношений.

Ряд работ, посвященных фирменному сервису, содержит описание конкретных примеров советского и зарубежного опыта реализации сервисных отношений [Акбердин, 1980; 1987 и др.]. Некоторые авторы исследуют отдельные элементы этих отношений, возможности их применения главным образом на этапах технического обслуживания и ремонта изделий [Борисов, 1978]. При этом основное внимание, как правило, уделяется характеру и принципам организации выполняемых работ, а не связям между изготовителями и потребителями.

Правовая сторона договоров о сервисных отношениях обычно регулируется различными положениями о поставках продукции.

Определенная ориентация на развитие фирменного сервиса прослеживается в ряде правительственных постановлений и документов. Однако содержащиеся в них установки носят, по существу, декларативный характер, не подкреплены системой конкретных мер и не способствуют развитию сервисных отношений.

Не сложилось пока, как отмечалось выше, представления о системе сервиса в целом, ее основных особенностях и возможностях развития.

Нами предпринята попытка построения некоторой концепции развития фирменного сервиса, основывающейся на рассмотрении возможного взаимодействия изготовителей и потребителей промышленных изделий.

Фирменный сервис можно определить как систему отношений между изготовителем и потребителем промышленной продукции, характеризующуюся непосредственным участием изготовителя в обеспечении эффективного использования изделия на протяжении всего жизненного цикла, в поддержании машин, оборудования, устройств в постоянной готовности к использованию. В основе этой системы, как нам кажется, лежит ответственность изготовителя за организацию обслуживания выпущенного им изделия в течение всего срока службы.

В случае наиболее полной реализации фирменный сервис включает: ряд элементов, отражающих жизненный цикл изделия с момента его изготовления до момента выбытия из потребления (схема 2).

Отдельные составляющие фирменного сервиса могут быть объединены в два крупных блока: обслуживание до поступления изделия к потребителю и обслуживание в процессе эксплуатации.

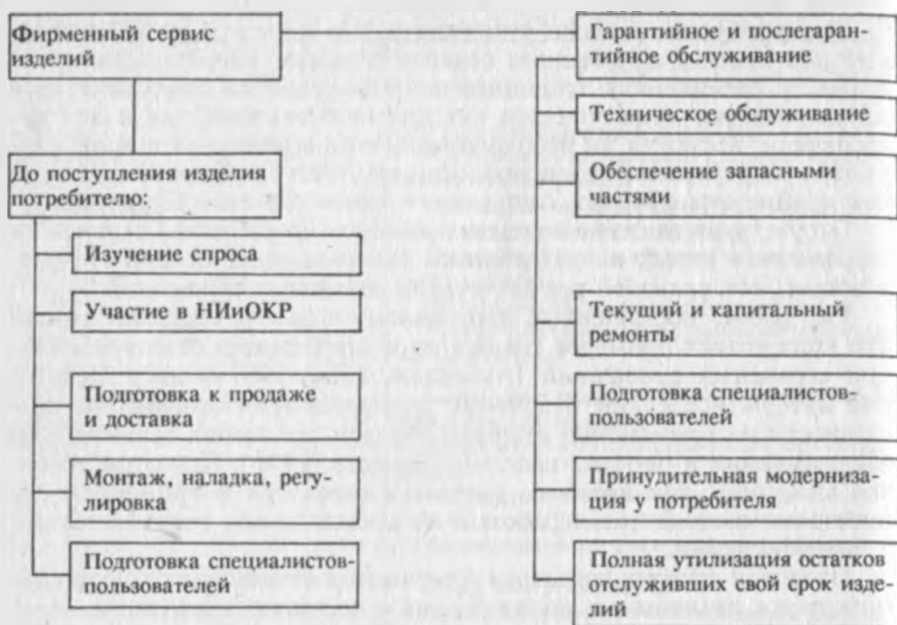


Схема 2. Фирменный сервис изделий по всему жизненному циклу.

Важной особенностью фирменного сервиса является то, что он должен планироваться до того, как изделие выпущено и предлагается потребителю. Нередко элементы предпродажного сервиса не имеют непосредственного отношения к обслуживанию изделий, но позволяют правильно заложить основы его организации.

Одной из центральных проблем фирменного сервиса можно считать проблему снабжения запасными частями. Представляется, что ключевым моментом в осуществлении этого этапа работ является создание обменного фонда, т.е. некоторого запаса узлов и деталей, необходимых для бесперебойной работы. Это позволит сделать замену оперативной. Размер фонда поддается определению и должен учитываться при планировании производства. Возможно решение проблемы запасных частей и на основе хозяйственных договоров со специализированными ремонтными заводами отраслей-потребителей. При этом в любой ситуации должен сохраняться основной принцип организации фирменного сервиса — ответственность изготовителя за обеспечение запасными частями.

Центральное звено в осуществлении фирменного сервиса — это обеспечение ремонта. Стоимость активной части основных фондов всех отраслей народного хозяйства оценивается в 650 млрд руб. [Ремонт, 1988]. Ежегодные затраты на все виды ремонта активной части достигают 40 млрд руб. В ремонтном производстве занято более 10 млн промышленных рабочих. Для поддержания в работоспособном состоянии машин и оборудования ежегодно затрачивается более 25 % производимого проката черных металлов. В целом по стране отношение затрат на ремонт активной части фондов к объе-

му продукции составляет 1:3, парк металлорежущих станков в машиностроении равен парку в ремонтном производстве. Расходы на ремонт — самая крупная составляющая совокупных затрат по всему жизненному циклу большинства машин [Акбердин, 1987]. Проблема сокращения затрат на этой стадии — одна из самых острых на современном этапе развития экономики. Представляется, что успешному ее решению во многом способствовало бы широкое распространение фирменного сервиса.

Необходимость ремонта определяется неодинаковой долговечностью частей одной и той же машины [Колегаев, 1963, 1980]. Главные факторы, определяющие размер расходов на этом этапе, — это система ремонта, его содержание, порядок и периодичность проведения. В общем случае можно выделить несколько систем ремонта машин и оборудования. Это — жесткая система, система прогрессивного ремонта, ремонт “до отказа” и др. Анализ их не является целью настоящей работы; заметим лишь, что в рамках фирменного сервиса может применяться любая из перечисленных систем, критерием выбора должна выступать наибольшая эффективность работы изделия.

Рассмотрим формы организации ремонтных работ, наиболее близкие, как нам кажется, к системе фирменного сервиса, являющиеся ее составными элементами, развивая которые можно было бы расширять использование сервисных отношений.

Ремонт может быть организован в о б е з л и ч е н н о й форме [Борисов, 1978, Колегаев, 1963]. При этом все составные части, снятые с машины после ремонта не устанавливаются на эту же машину, а заменяются новыми или заранее отремонтированными. Предприятие получает из ремонта уже другую машину, детали которой часто взяты из запаса, находящегося в соответствующем обменном фонде. В этом случае время, требуемое для ремонта, значительно сокращается, за счет чего увеличивается продолжительность полезной работы машины. Обезличенный ремонт может производиться агрегатным методом, в основе которого лежит система периодической замены составных частей (агрегатов, узлов) после выработки ими установленного ресурса. Такой способ может применяться, когда изделие расчленимо на составные части, представляющие собой конструктивно и технологически законченные, легко отделяемые элементы. Обезличенный ремонт особенно эффективен при наличии тесного взаимодействия потребителя или ремонтной мастерской с изготовителем, т.е. при организации его в рамках фирменного сервиса.

Близка к фирменному сервису и ц е н т р а л и з о в а н н а я система проведения ремонтных работ (проведение ремонта изготовителем или ремонтной мастерской, непосредственно с ним связанной). Сейчас, по некоторым оценкам, централизованно выполняется 10—20 % общего объема ремонтных работ, почти все промышленные предприятия занимаются капитальным ремонтом [Авербух, Кононенко, 1984]. Потребности в запасных частях по многим видам машин и оборудования удовлетворяются не более чем на треть. Отрасли-потребители вынуждены изготавливать запасные ча-

сти, узлы, детали собственными силами, что значительно удлинит ремонт, делает его трудоемким, материалоемким, некачественным.

Широкое распространение системы централизованного ремонта позволило бы решить ряд проблем. Например, экономический эффект от централизованного ремонта 30 тыс. электродвигателей и 3—4 тыс. силовых и сварочных трансформаторов на заводах и участках объединения "Уралэлектрремонт" составляет 2—2,5 млн руб. в год [Акбердин, 1980].

Другим направлением развития системы ремонта, близким, как нам кажется, к фирменному сервису изделий, является **г а р а н т и й н ы й** ремонт. Сущность данной формы заключается в получении оборудования из ремонта с гарантией его безотказной работы в течение определенного времени. Эффективность гарантийной системы зависит не только от качества ремонта и последующего своевременного технического обслуживания, но и от системы ухода, соблюдения правил технической эксплуатации и т.д.

В существующей практике почти все изделия в момент их приобретения имеют гарантийный срок эксплуатации. Для большинства изделий этот период составляет от 5 до 20 % от общего срока службы.

Представляется, что при наилучшей организации связей между изготовителями и потребителями, обеспечивающей максимальную эффективность использования изделий, гарантийный срок должен охватывать весь срок службы.

Используется на практике и система **ф и р м е н н о г о** ремонта — форма организации ремонта, наиболее сходная с фирменным сервисом. Сейчас фирменным ремонтом охвачено менее 1 % ремонтируемого оборудования, хотя ориентация на его внедрение началась еще 20 лет назад [Авербух, Кононенко, 1984].

Для развития этой системы потребитель должен быть заинтересован не в содержании резервного оборудования и собственной ремонтной базы, а в минимизации персонала, оборудования и фирменном его ремонте. Изготовитель также должен иметь стимулы к выполнению дополнительных работ.

При обсуждении проблем фирменного ремонта одним из основных вопросов является определение исполнителя работ, т.е. понятия "фирма" [Опыт..., 1988]. Ряд авторов предлагает включать специализированные ремонтные предприятия в состав министерства-изготовителя, превращая таким образом это министерство в фирму [Ремонт..., 1988]. Мы считаем, что такая система не может создать условий для развития фирменного ремонта и реализации его преимуществ, поскольку она не предполагает заинтересованности ремонтников в уменьшении количества ремонтов, повышении их качества, бесперебойной эффективной работе изделий.

Зарубежная практика показывает, что сочетание в одной фирме работ по производству и обслуживанию изделий означает, что конечной продукцией такой фирмы является не само изделие, а его бесперебойная работа на протяжении всего срока службы (технически нормального) без аварийных поломок и при минимальном количестве профилактических остановок (т.е. фирмой является непосред-

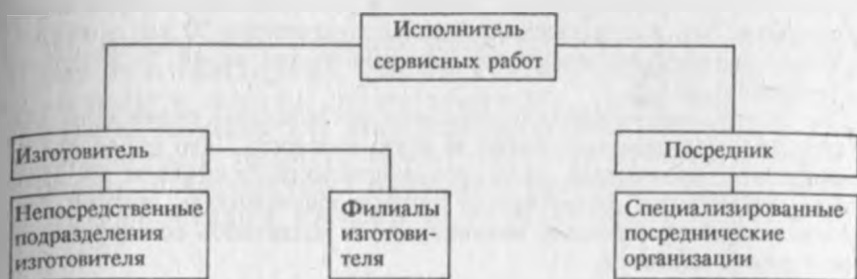


Схема 3. Организационные формы реализации фирменного сервиса.

редственно изготовитель изделия). Представляется, что и в отечественной практике необходимо повысить ответственность изготовителя за фактическую работу изделия.

Так, затраты на ремонт с учетом транспортировки и на амортизацию резервного парка следует отнести на счет изготовителя. Практически это можно было бы реализовать различными способами [Опыт..., 1988]. Один из них предполагает, что ремонтные подразделения остаются прежними, но все потребители, проводя ремонт, тщательно отслеживают его сметную стоимость и передают затем производителю, контролирующему правильность расчетов. Однако реализация этого варианта крайне сложна.

Другая форма организации предполагает, что подразделения потребителей включаются в состав территориальных ремонтных объединений, которые и сообщают о своих расходах изготовителям. Затраты по транспортировке техники и амортизации резервного парка потребители предъявляют ремонтному объединению, а оно затем переадресовывает их производителям. Это тоже требует контроля изготовителя, но меньшего, так как сокращается число непосредственных контрагентов.

По некоторым изделиям представляется целесообразным вариант, по которому ремонтные подразделения на местах передаются в подчинение изготовителей, превращаясь в их ремонтные филиалы. Возможны и различные промежуточные варианты.

Таким образом, можно утверждать, что развитие гарантийного, централизованного и фирменного ремонта означало бы реализацию элементов фирменного сервиса.

Организация ремонта — одно из центральных звеньев сервисных отношений, но следует отметить, что фирменный сервис как система отношений охватывает, как было показано выше, не только ремонт, но и ряд других этапов жизненного цикла изделия.

Так, важным моментом реализации фирменного сервиса является выбор организационных форм его воплощения, которые отличаются большим разнообразием. Условно их можно объединить в две группы [Техническое обслуживание..., 1982]: 1) выполнение работ изготовителем, 2) выполнение работ силами посреднических организаций.

Советский и зарубежный опыт свидетельствует о том, что прямое обслуживание выгодно при определенном радиусе удаленности

потребителя от изготовителя, например, для холодильников Минского завода это расстояние не должно превышать 50 км, в пределах этого радиуса обслуживание изготовителем на 40 % дешевле, чем посредником.

Для некоторых видов оборудования организация сервисного обслуживания представляет собой особую важность. Это относится к автомобилям, тракторам, сельскохозяйственной технике и др. При полной реализации фирменного сервиса изготовитель должен обслуживать всю продукцию, независимо от масштабов ее территориальной разобщенности.

В каждом случае форма участия изготовителя определяется с учетом вида оборудования, особенностей работ по его обслуживанию [Халаберда и др., 1986].

Схематично организационные формы участия изготовителя в проведении сервисных работ изображены на схеме 3.

При выборе исполнителя сервисных работ должны учитываться особенности обслуживаемых изделий. Выделим несколько групп изделий, для которых различаются организационные формы фирменного сервиса [Мокроносов, Анисимова, 1988].

1. Изделия общепромышленного применения (электрооборудование, вычислительная техника, автомобили и др.).

2. Серийная и крупносерийная техника (тракторы, строительные и дорожные машины).

3. Машины и оборудование единичного и мелкосерийного выпуска (нефтебуровые установки, карьерные экскаваторы и т.п.).

4. Стационарное оборудование (прокатное и другое металлургическое оборудование).

Особую важность при организации сервисных отношений имеют также вопросы установления цен на услуги, выполняемые в рамках фирменного сервиса. Оплата услуг может производиться в момент их выполнения и заранее (при приобретении изделия), будучи включенной в его цену. Представляется, что цена услуг должна быть договорной и включать в себя часть эффекта от реализации фирменного сервиса. Это стимулировало бы изготовителей к выполнению работ.

На основе анализа изложенного выше материала можно сделать вывод о том, что предлагаемые отношения соответствуют требованиям сложившейся экономической ситуации и должны быть широко распространены на современном этапе хозяйственного развития. Вместе с тем в отечественной практике фирменный сервис используется ограниченно и не полно; условия, при которых реализуются его элементы, часто не соответствуют этой форме отношений, в результате чего искажается ее смысл и основное содержание.

При полной хозяйственной самостоятельности предприятий и развитии рынка, на котором конкурируют поставщики, фирменный сервис становится необходимостью, а для его развития появляются реальные возможности. В каждой конкретной ситуации должны быть определены формы и степень развития сервисных отношений с учетом особенностей предприятий-потребителей, изготовителей, специфики изделий и др., с тем чтобы все участники договора име-

ли возможность получать эффект от реализации фирменного сервиса.

Для того чтобы определить этот эффект и факторы, от которых зависит его реализация, требуется разработка специального инструментария и методов его использования. Нами была предпринята попытка создания для этой цели имитационной модели, в основу которой была положена изложенная выше концепция фирменного сервиса. В последующих параграфах настоящей главы предлагается описание модели и проведенных на ее основе экспериментов.

3.2. ИМИТАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ

В процессе исследования вопросов фирменного сервиса была построена система, имитирующая различные формы хозяйственных отношений между предприятиями-изготовителями и потребителями сложных изделий. Сами эти отношения и выступали объектом имитации.

Эксперименты с моделью заменяют натурное обследование изучаемых явлений, служат источником информации для дальнейшего анализа. В ходе модельных расчетов предполагалось сравнить различные формы хозяйственных отношений, выявить условия, в которых их использование дает наибольший эффект, оценить этот эффект. Модель позволяет имитировать различные варианты реализации исследуемых форм, выделить целесообразные области их применения, связать их выбор с особенностями изготовителя, потребителя, изделия и другими факторами.

Таким образом, можно считать, что модель является тем инструментом, с помощью которого в конкретных ситуациях осуществляется выбор конкретной формы хозяйственных отношений, определяются условия ее применения. В результате могут быть даны практические рекомендации, предоставляемые потребителям и изготовителям, деятельность которых имитируется в экспериментах. Модельные расчеты позволяют получить информацию, служащую основой для дальнейшего анализа, конкретизации задач исследования, постановки новых экспериментов.

Структура модели предусматривает различные режимы взаимодействия с ней. Это может быть работа исследователя с моделью, взаимодействие эксперта и модели в диалоговом режиме, модель может применяться и при проведении игрового имитационного эксперимента.

В модели имитируются процессы производства, распределения и использования изделия производственного назначения в условиях распространения различных хозяйственных отношений. Моделируемая система включает в себя ряд предприятий, одни из которых являются производителями, другие — потребителями, третьи — выполняют посреднические функции. Каждому предприятию предпослан ряд характеристик, кроме того, все они закреплены на условной территории, на которой расположена имитируемая система. Модель отражает деятельность системы в течение определенного

периода времени с заданным шагом. Предполагается, что выпуск изделий, их распределение по годам в соответствии с представленными в модели формами хозяйственных отношений, доведение до потребителя, использование изделий до полного выхода из строя и выбытия происходит с определенной периодичностью. На выходе прослеживается ряд результирующих показателей, которые являются основой для анализа и сравнения различных вариантов расчетов. Система имитирует прохождение изделием следующих этапов жизненного цикла:

- производство;
- распределение;
- доставка до потребителя, монтаж, наладка, регулировка;
- ремонт;
- капитальный ремонт;
- модернизация;
- выбытие;
- утилизация остатков отслуживших свой срок изделий.

Остальные этапы жизненного цикла изделия нашли в модели косвенное отражение.

Перечисленные этапы выделены на основе анализа возможностей изготовителя и потребителя, рассмотренных выше. Модель имеет блочную структуру, что делает ее достаточно гибкой и позволяет вносить изменения в соответствии с задачами каждой серии экспериментов. Блоки в модели, с одной стороны, соответствуют укрупненным этапам жизненного цикла, с другой — исследуемым формам хозяйственных отношений. Такая структура представляется наиболее адекватной поставленным перед модельным исследованием задачам, так как в модели имитируются процессы прохождения изделием этапов его жизненного цикла (первый принцип выделения блоков) в условиях существования различных форм хозяйственных отношений (второй принцип). Структура модели изображена на схеме 4. Всего в модели представлено пять различных форм хозяйственных отношений: аренда на определенный срок, т.е., по существу, прокат изделий; продажа с удержанием залога с заключением договора о фирменном сервисе; то же без договора о фирменном сервисе; купля-продажа с заключением договора о фирменном сервисе; традиционная купля-продажа. Подробно все они будут описаны ниже.

Все процессы, имитируемые в модели, касаются одного вида продукции. В исходном варианте модели это была условная, средняя по размерам электротермическая установка. В каждой серии экспериментов структура модели уточнялась с учетом конкретных задач.

В модели имитировалась работа трех заводов-изготовителей, каждый из которых ежегодно выпускал определенное количество изделий. Помимо годовой производительности, каждому предприятию были заданы различные затраты на выпуск изделий. Одно из предприятий-изготовителей можно условно интерпретировать как "устаревшее", имеющее ограниченную мощность и высокие затраты на изготовление; есть предприятие, стабильно выпускающее

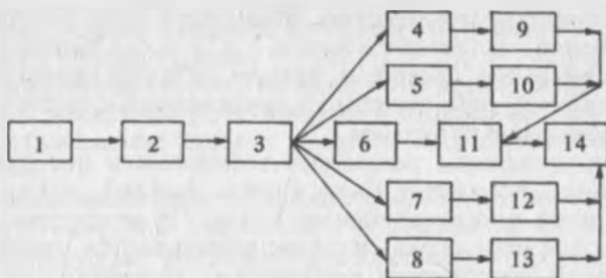


Схема 4. Укрупненная структура имитационной модели.

1 — блок входных данных; 2 — имитация производства изделий; 3 — имитация распределения изделий; 4–8 — имитация доведения до потребителя изделия в случае его приобретения по различным каналам (4 — аренды, 5 — залога с фирменным сервисом, 6 — залога без фирменного сервиса, 7 — купли-продажи с фирменным сервисом, 8 — купли-продажи); 9–13 — имитация эксплуатации изделия, распределенного по различным каналам (9 — аренды, 10 — залога с фирменным сервисом, 11 — залога без фирменного сервиса, 12 — купли-продажи с фирменным сервисом, 13 — купли-продажи); 14 — результирующие показатели.

продукцию, имеющее средние для отрасли затраты, один из заводов строится и начинает работу в течение рассматриваемого периода (имитируется его выход на проектную мощность).

При построении модели ставилась задача проследить влияние характеристик изготовителя на эффективность использования исследуемых форм хозяйственных отношений, выявить существование зависимости между этими факторами, выработать рекомендации по использованию изучаемых форм с учетом характеристик изготовителя. Считалось, что эксплуатационные характеристики установок от изготовителя не зависят.

Имитационная система включает 27 типов предприятий — потребителей изделия, каждому из которых предписан набор характеристик. Они различаются по трем основным признакам: 1) режим работы оборудования (изделие может использоваться в основном, вспомогательном производстве, либо для удовлетворения эпизодически возникающих потребностей), 2) опыт эксплуатации подобного оборудования (наличие собственной ремонтной базы и кадров высокой квалификации), 3) местоположение по отношению к другим объектам системы.

Анализ примеров распространения исследуемых форм хозяйственных отношений и опрос потребителей электротермического оборудования показал, что во многих случаях перечисленные характеристики (в совокупности с другими) влияют на отношения изготовителя и потребителя продукции.

Каждому предприятию-потребителю условно определен размер ежегодной потребности в рассматриваемом изделии.

Каждое предприятие имитируемой системы находится в одном из условных районов территории. Число районов было определено в соответствии с требованиями отражения всех возможных вариантов взаимного расположения объектов системы. Каждый условный район имеет две координаты: вертикальную и горизонтальную, как элемент матрицы — номер строки и столбца. Координаты объектов, расположенных в районе, совпадают с координатами района.

Предполагается, что изделие, жизненный цикл которого имитируется в модели, является сложным, т.е. для его обслуживания требуются специальные знания и навыки. Изделие имеет определенный гарантийный срок службы, установленный с учетом особенностей соответствующей отрасли.

В модели отражены различные возможности передачи изделия потребителям. Это может быть аренда изделий, когда предприятие-потребитель вносит арендную плату. По истечении указанного в арендном договоре срока, изделие возвращается изготовителю. В случае полной исправности термическая установка повторно распределяется и используется. Доведение до потребителя, монтаж изделия, его техническое обслуживание, устранение возникающих поломок, проведение капитального ремонта — все осуществляется силами изготовителя, т.е. в модели аренда предполагает обязательный фирменный сервис.

Изделие может быть продано с удержанием залога, т.е. приобретаемая установка, потребитель выплачивает определенную сумму, которую может получить назад, возвратив изделие. Таким образом, это тоже аренда, но срок ее не определен, и потребитель формально не обязан возвращать изделие, но он заинтересован в этом экономически. Залоговая форма отношений может реализовываться по условиям модели с заключением договора о фирменном сервисе и без него.

Изделие может приобретаться в постоянное пользование с заключением договора с изготовителем об организации фирменного сервиса в течение всего срока службы изделия. Возможны различные варианты оплаты услуг, выполняемых в рамках фирменного сервиса. В исходном варианте модели принято, что цена изделия в случае его продажи таким способом включает некоторую существенную надбавку, но все дальнейшие услуги оказываются бесплатно. Структура модели позволяет имитировать и такую организацию фирменного сервиса, при которой изделие продается по обычной цене, а все работы в рамках сервиса оплачиваются в момент осуществления (это имитировалось в отдельных сериях расчетов).

Последняя форма хозяйственных отношений, представленная в расчетах, — традиционная купля-продажа. Изготовитель при этом несет ответственность за безотказную работу своей продукции лишь в течение гарантийного срока службы. В дальнейшем обслуживание и ремонтные работы выполняются силами потребителя.

Каждой из представленных в модели форм отношений соответствует канал распределения изделий. В терминах имитационной системы они обозначены следующим образом:

- 1-й — аренда;
- 2-й — залог с фирменным сервисом;
- 3-й — залог без фирменного сервиса;
- 4-й — купля-продажа с фирменным сервисом;
- 5-й — купля-продажа;

Таким образом, в модели предусмотрено пять каналов приобретения изделия. Каждое предприятие-потребитель может выбирать любой из них или их сочетание. Действует лишь условие: там, где

предусмотрен возврат, изделие повторно распределяется по тому же каналу, что и первоначально.

В имитационную систему не включены предприятия и организации системы материально-технического снабжения, так как предполагается установление прямых связей между изготовителями и потребителями.

Если выполнение работ в рамках фирменного сервиса непосредственно изготовителем сопряжено с большими затратами, вводятся специализированные предприятия-посредники. Условием их ввода является взаимная удаленность изготовителя и потребителя. Посредник считается подразделением изготовителя, выполняющим функции фирменного сервиса. Принято, что организационные затраты, связанные с его работой, растут пропорционально увеличению количества обслуживаемых им установок.

Период и шаг имитации определяются с учетом задач каждого конкретного эксперимента.

Все результаты, на основе которых сравниваются между собой различные варианты реализаций модели, определяются усредненно. Причем основным итогом использования изделия является время работы у потребителя, измеряемое в часах. Общим показателем считается показатель затрат на час работы изделия, эта величина отражает все остальные результирующие характеристики. Помимо этого в процессе каждой реализации рассчитываются следующие показатели: неудовлетворенный спрос по годам периода, средний срок службы одного изделия, среднее число поломок, среднее время работы одного изделия, среднее время простоев, суммарные затраты на одно изделие и др. Структура модели позволяет легко изменить набор выходных показателей.

В модели предусмотрено формирование информационной матрицы, содержащей все сведения обо всех изделиях, выпущенных в имитационной системе в течение всего периода. Матрица обозначается *UN*, число строк в ней соответствует числу изделий, число столбцов равно 27, и они содержат следующую информацию:

- 1 — дата выпуска
- 2 — производитель
- 3 — дата выбытия
- 4 — эффект от утилизации остатков
- 5 — дата распределения
- 6 — канал распределения
- 7 — потребитель
- 8 — наличие посредника между изготовителем и потребителем (0 — посредника нет, 1 — посредник есть)
- 9 — нормативная производительность установки
- 10 — фактическое время работы
- 11 — время простоев
- 12 — количество поломок
- 13 — количество капитальных ремонтов
- 14 — дата последнего капитального ремонта
- 15 — сведения о модернизации изделия (1 — была, 0 — не было)
- 16—27 — столбцы по затратным показателям:
 - 16 — на изготовление
 - 17 — на приобретение
 - 18,19 — на доведение

- 18 — изготовителя
- 19 — потребителя
- 20,21 — на содержание
- 20 — изготовителя
- 21 — потребителя
- 22,23 — на ремонт
- 22 — изготовителя
- 23 — потребителя
- 24,25 — на капитальный ремонт
- 24 — изготовителя
- 25 — потребителя
- 26,27 — на модернизацию
- 26 — изготовителя
- 27 — потребителя

Показатели, записанные в 1-м и 2-м столбцах матрицы, характеризуют этап производства изделия, в 3-м и 4-м столбцах — этап выбытия отслужившего свой срок изделия. Информация 5—8-го столбцов касается распределения. Столбцы с 9-го по 15-й содержат сведения о работе изделия. Остальные показатели характеризуют затраты, связанные с его производством и использованием. Предполагается, что в случае заключения договора о фирменном сервисе все затраты несет изготовитель. Это и отражается в матрице: если сервиса нет, все расходы заносятся в столбец потребителя.

Все затратные показатели считаются в модели нарастающим итогом и измеряются в рублях. Показатели, отражающие время работы и простоев, измеряются в часах, срок службы — в месяцах.

Каждый месяц имитируемого периода имеет свой порядковый номер, который заносится в соответствующие столбцы информационной матрицы. Предприятия-изготовители и потребители в соответствии с их характеристиками имеют условные номера, которые фиксируются в матрице.

Показатели, составляющие информационную матрицу, выбраны по критерию максимально полного отражения всех сведений об изделиях, с тем, чтобы любую информацию о любом элементе системы можно было бы получить либо непосредственно из матрицы, либо простыми операциями с ее элементами.

Ниже описан ряд условий, принятых в модели, и механизм имитации (все выкладки приведены для исходного варианта модели).

По условиям модели каждая установка может быть распределена по любому из пяти каналов

$$UN(N,6) = j, j = \overline{1,5} \quad (3.1)$$

Повторно установка распределяется по тому же каналу, что и первоначально

$$\begin{aligned} UN(N,6) &= UN(N1,6), \text{ если} \\ UN(N,5) &\geq UN(N1,5) \end{aligned} \quad (3.2)$$

(фактически заполняется та же строка матрицы UN , что и при первоначальном распределении, т.е. $N = N1$)

Одновременно у одного потребителя могут находиться установки, полученные по разным каналам:

$UN(N,6) + UN(N1,6)$ при

$$UN(N,5) = UN(N1,5), UN(N,7) = UN(N1,7). \quad (3.3)$$

В начале имитируемого периода в системе нет ни одной установки:

$$UN(N,J) = 0 \text{ для всех } N \text{ и } J, \text{ т.е. } UN = ZER. \quad (3.4)$$

Имитация прохождения изделием этапов его жизненного цикла организована в модели следующим образом. Периодически имитируется выпуск изделий в систему.

Всего в момент времени T в системе выпускается M^T установок (где $M^T = M_1^T$). Здесь I — номер предприятия изготовителя, а M_1^T — его мощность в году T , заданная заранее. Каждому изделию присваивается порядковый номер, который одновременно является и номером строки, соответствующей этому изделию в матрице UN .

На этом этапе имитации известные сведения о выпущенных изделиях заносятся в информационную матрицу. Это дата выпуска, номер изготовителя, затраты на изготовление.

Далее с помощью специальной процедуры происходит имитация распределения изделий. Для каждой установки в соответствующей строке фиксируется информация о дате распределения (или перераспределения), затраты на приобретение, канал, нормативная месячная производительность, отмечается ее поступление потребителю и увеличение у него числа изделий.

Затем следует этап доведения изделия до потребителя, предполагающий доставку, монтаж, наладку, регулировку. Непосредственно в модели считаются только затраты на доставку, они определяются в зависимости от расстояния между предприятиями на условной матрице-карте. Остальные затраты учитываются косвенно. Если установка распределена с заключением договора о фирменном сервисе, то эти затраты заносятся в графу 18 матрицы UN , если нет, то в графу 19

$$UN(N,18) = UN(N,18) + ZTR, \text{ если } UN(N,6) = 1,2,4; \quad (3.5)$$

$$UN(N,19) = UN(N,19) + ZTR, \text{ если } UN(N,6) = 3,5, \quad (3.6)$$

где ZTR — затраты на доставку, N — порядковый номер установки.

Если изготовителя и потребителя связывает договор о фирменном сервисе, а расстояние между ними превышает заданный предел, то имитируется введение посредника для выполнения сервисных работ.

После того, как установка доведена до потребителя, имитируется ее ежемесячное техническое обслуживание и эксплуатационный контроль. В зависимости от того заключен или нет договор о фирменном сервисе, затраты этих этапов относятся на счет изготовителя или потребителя. В модели это имитируется заполнением соответствующей графы информационной матрицы. Далее определяется необходимость проведения ремонтных работ.

Для определения вероятностей поломок, необходимости проведения капитального ремонта изделия в модели предусмотрена система

табличных функций. С помощью этой системы определяется значение функции. Она может принимать значения 0 или 1. Если функция равна нулю, это означает отсутствие поломки, капитального ремонта, если единице — то наоборот. При этом заполняются затратные графы матрицы *UN*, фиксируются простои, отмечается увеличение количества текущих или капитальных ремонтов. Таким образом, информационная матрица содержит подробные сведения о ремонтных работах.

Ежемесячно определяется необходимость проведения модернизации изделий, находящихся у потребителя. При этом заранее задано, что модернизация происходит в определенном месяце имитируемого периода. Следовательно, прежде всего проверяется, совпадает ли номер текущего месяца с месяцем проведения модернизации. Если да, то для всех изделий, находящихся на сервисном обслуживании, имитируется принудительная модернизация, проводимая за счет изготовителя. Если "сервиса" нет, то вероятность проведения модернизации определяется через систему табличных функций аналогично вероятностям наступления поломок. Поскольку модернизация предполагает изменение нормативной производительности установок, соответствующим образом вносятся коррективы в некоторые заполненные ранее элементы матрицы *UN*.

Каждый условный момент времени с учетом простоев, вызванных поломками, определяется время работы изделия, измеряемое в нормо-часах.

Кроме того, имитируются периодическое выбытие отслуживших свой срок изделий и утилизация их остатков. Этот блок организован через систему табличных функций аналогично имитации ремонтов. Если значение соответствующей функции оказалось равным 1, то происходят выбытие изделия и утилизация его остатков, т.е. записываются соответствующие элементы матрицы *UN*. Фиксируется также уменьшение количества имеющихся установок у соответствующего предприятия-потребителя. Следует заметить, что в каждом из блоков модели, где определяется вероятность проведения текущего или капитального ремонта, модернизации или выбытия, действует своя система табличных функций.

Модель является машинной, она реализована на ЭВМ ЕС-1033. На ее основе были проведены серии различных экспериментов, результаты которых обобщены в следующем параграфе.

3.3. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ, ПРОВЕДЕННЫХ НА БАЗЕ ИМИТАЦИОННОЙ МОДЕЛИ

Рассмотрим результаты, полученные в ходе проведения серий имитационных экспериментов. Часть из них рассчитывалась на основе условного примера, базирующегося на исходном варианте модели. Другая группа расчетов была ориентирована на конкретные предприятия, в них решались практические задачи.

В рамках одного из направлений экспериментирования сравнивалась эффективность использования сервисных отношений для

различных условий потребления. При этом под условиями потребления понимались особенности предприятий-потребителей, имитируемые в модели. Для каждого типа предприятий-потребителей рассчитывались варианты использования различных форм отношений. При этом из пяти представленных в модели форм отношений в экспериментах рассматривались три. Это аренда, купля-продажа с фирменным сервисом, купля-продажа.

Для каждой группы предприятий были рассмотрены "чистые стратегии", т.е. варианты расчетов, предполагающие использование одной формы отношений, и "смешанные", отражающие различные сочетания двух из трех исследуемых форм. Варианты были выбраны так, чтобы они отражали различную степень распространения тех или иных отношений.

В результате каждой реализации анализировались и сравнивались между собой следующие показатели: средний срок службы установки (мес), среднее число поломок одной установки в течение этого срока службы, количество капитальных ремонтов, среднее время работы и время простоев одной установки, суммарные затраты на одно изделие (руб.) и средние совокупные затраты на 1 час работы изделия. То есть рассматривались все показатели, касающиеся одного изделия.

Данная группа расчетов проводилась с целью определения преимуществ исследуемых форм отношений, выявления областей их применения. Ставилась задача выявить наиболее предпочтительную форму отношений в зависимости от характеристик предприятия-потребителя и установить, в каких случаях применение аренды или купли-продажи с фирменным сервисом значительно улучшает результаты деятельности системы, в каких не улучшает, когда их распространение существенного эффекта не дает и не может быть рекомендовано, поскольку требует определенной ломки существующих отношений. По результатам расчетов были получены конкретные предложения по использованию рассматриваемых форм отношений для каждой группы предприятий.

В качестве основного итогового показателя, по которому сравнивались результаты различных реализаций, был выбран показатель затрат на час работы изделия. Представляется, что из всех показателей, рассчитываемых в данном варианте модели, именно этот позволяет наилучшим образом судить об эффективности применения исследуемых форм, поскольку отражает и эффект от применения изделия — время его работы и затраты на этот эффект. Этот показатель является как бы общесистемным, на его основе можно оценить рациональность использования изучаемых форм.

На рис. 1 представлены полученные зависимости затрат на час работы изделия от формы отношений, установленных между его потребителем и изготовителем. В расчетах рассматривались предприятия-потребители, использующие изделие в основном производстве, различающиеся степенью развития ремонтной базы (таким образом, из 27 типов предприятий для расчетов было выбрано 3).

Приведем анализ полученных результатов. Для предприятий п е р в о г о типа, характеризующихся хорошо развитой ремонтной

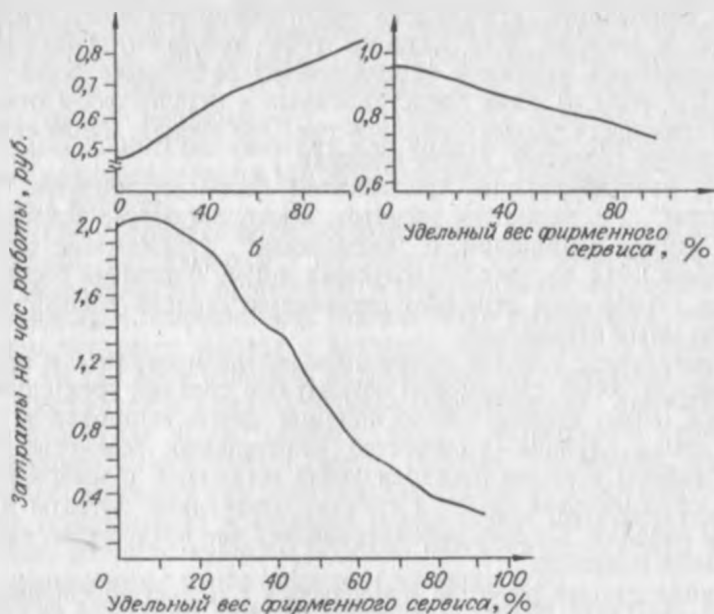


Рис. 1. Зависимость затрат на час работы изделия от степени распространения фирменного сервиса.

а — для предприятий первого типа; б — для предприятий второго типа; в — для предприятий третьего типа.

базой, наличием высококвалифицированных кадров, по критерию минимума затрат на час работы наилучшим является вариант купли-продажи (5-й канал в обозначениях модели). Данный результат объясняется тем, что предприятия с такими характеристиками могут выполнять весь комплекс работ по обслуживанию и ремонту изделий своими силами, быстро и качественно. Кроме того, высокая квалификация кадров пользователей предполагает бережное обращение с установками, редкие выходы из строя. Для таких предприятий существенные дополнительные затраты, связанные с заключением договора о фирменном сервисе, не компенсируются улучшением показателей эксплуатации.

В случае использования аренды установки в среднем ломаются чаще, поскольку используются интенсивнее. Применение аренды сопряжено с высокими затратами, так как установка требуется постоянно, ее нужно арендовать на длительный срок.

Следует заметить, что в силу условности модели можно делать выводы лишь о самых общих соотношениях и тенденциях (кроме того, модель имитирует действие и случайных факторов, которые в отдельных ситуациях невозможно предсказать).

Анализ показывает, что использование различных сочетаний исследуемых форм может приводить к одинаковым или близким затратам, что можно интерпретировать как устойчивость последних. Так при 80 %-м распространении купли-продажи (когда 80 % аб-

солютного спроса предъявляется по 5-му каналу) оставшиеся 20 % установок могут быть сданы в аренду либо проданы с заключением договора о фирменном сервисе, при этом итоги практически одинаковы.

В целом результаты лучшего (5-й канал — 100 % спроса) и худшего вариантов (1-й и 5-й канал по 50 %) различаются в 1,6 раза. Для предприятий первого типа может быть рекомендовано сохранение традиционных отношений, поскольку сопряженное с дополнительными затратами распространение аренды и фирменного сервиса в данном случае не даст эффекта.

Предприятия в т о р о г о типа характеризуются слабо развитой ремонтной базой и отсутствием высококвалифицированных кадров. Для таких предприятий может быть рекомендовано широкое распространение фирменного сервиса. Варианты преимущественного использования этой формы отношений отличаются меньшими затратами на час работы (по сравнению с вариантом 100 %-го распространения по каналу 5 — в три раза). Лучшими являются варианты использования только 4-го канала и 4-го в сочетании с 5-м в отношении 80 и 20 %.

Распространение фирменного сервиса позволяет резко сократить число поломок, ремонтов, время простоев, увеличить время работы, снизить затраты. Проведение ремонтов своими силами для предприятий этого типа сопряжено со значительными затратами и потерями. Отсутствие квалифицированных кадров, имеющих опыт эксплуатации подобного рода установок, затрудняет качественное проведение технического обслуживания изделий, что приводит к их частым выходам из строя.

Результаты лучшего и худшего вариантов различаются для этого типа в пять раз. В данном случае использование фирменного сервиса дает значительный эффект и может быть рекомендовано в широких масштабах.

Предприятия, относящиеся к т р е т ь е м у типу, имеют среднеразвитую ремонтную базу и кадры средней квалификации, т.е. могут своими силами выполнять несложные работы по техническому обслуживанию, ремонтам, изготавливать отдельные запасные части. Результирующий график показывает, что по критерию минимальных затрат на час работы лучшим для этого типа предприятий можно считать вариант полного распространения купли-продажи с фирменным сервисом. Относительно низкими затратами отличаются варианты с высоким удельным весом этой формы отношений. Здесь результаты лучшего и худшего вариантов различаются не так существенно, как в предыдущем случае, в целом график имеет более сглаженный вид, "переломных" точек, характеризующихся резкими скачками затрат, нет.

Результаты проведенных экспериментов показывают, что предприятиям, использующим установки в основном производстве, т.е. имеющим постоянную устойчивую потребность в них, не следует арендовать изделия, поскольку это сопряжено со значительными затратами на приобретение, не компенсируемыми впоследствии улучшением эксплуатационных характеристик. Эффективность за-

ключения договора о фирменном сервисе зависит от характеристик ремонтной базы и квалификации кадров, которыми располагает предприятие-потребитель. Если оно может выполнять все работы своими силами быстро и качественно, то необходимости в фирменном сервисе нет, если на предприятии практически отсутствует ремонтная база и квалификация кадров низка, то применение фирменного сервиса позволяет существенно улучшить эксплуатационные характеристики, снизить общие затраты на час работы изделия.

Интересны результаты, полученные для предприятий, которые по условиям модели используют установку эпизодически. Для значений итоговых показателей здесь характерен значительный разброс. В отдельных случаях значения различаются более чем в семь раз. Варианты преимущественного распространения аренды имеют лучшие результаты. Это объясняется эпизодическим характером потребности, поскольку достаточно высокие затраты на приобретение в постоянное пользование не окупаются эффектом от длительной работы. Как только степень распространения аренды уменьшается, наблюдается увеличение затрат на 1 час работы. Безусловно худшим по выбранному критерию является вариант полного распространения купли-продажи.

Ряд серий расчетов был посвящен имитации различных условий распространения организации фирменного сервиса. Так, в рамках одного из направлений были разработаны варианты, отражающие использование изделий, различающихся уровнем надежности.

Под надежностью понималось свойство техники в течение заданного времени сохранять свою работоспособность, исправность и выполнять установленные функции. Из показателей, включаемых в комплексный параметр надежности, рассматривались такие, как безотказность и долговечность. Ставилась задача проследить зависимость эксплуатационных характеристик установки от уровня ее надежности, выявить наилучшее соотношение между затратами на изготовление и надежностью изделия. Варианты, характеризующиеся высоким уровнем надежности, отличаются низкими затратами на ремонт, что вполне соответствует принятому представлению о надежности. Но для суммарных затрат на 1 час работы, являющихся критерием выбора, это отношение сохраняется не всегда. При использовании самых надежных установок высокие затраты на приобретение не окупаются эффектом от сокращения простоев и удлинения срока службы.

Таким образом, полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что уменьшение затрат на час работы изделия путем увеличения его надежности возможно лишь до определенных пределов, дальнейшее наращивание уровня надежности влечет за собой не снижение, а увеличение итогового затратного показателя. Характерное для полученного наилучшего варианта соотношение уровня надежности и итогового затратного показателя было введено в блок исходной информации модели и учитывалось в дальнейшей работе с моделью, т.е. полученные результаты не только выявили

особенности исследуемой формы отношений, но и послужили основой для внесения изменений в структуру модели.

В рамках следующего направления расчетов этой серии исследовалась эффективность введения посредника для выполнения работ по фирменному сервису. В данной части расчетов для каждого варианта были определены границы, в пределах которых целесообразно выполнять сервисные работы силами изготовителя непосредственно, и зависимости этих границ от условий, наложенных на действия предприятия-посредника.

Ряд экспериментов был посвящен исследованию использования фирменного сервиса в рамках краткосрочной аренды изделия, определялось влияние уровня арендной платы на предпочтительность аренды по сравнению с другими формами отношений. Ставилась задача выявить величины арендной платы, при которых аренда является для предприятий-потребителей наилучшим каналом приобретения изделия, при этом учитывались особенности потребителя.

В целом на основе анализа полученных результатов можно сделать вывод, что для потребителей, характеризующихся большой устойчивой потребностью, аренда установок не является предпочтительной формой отношений с позиций минимизации затрат даже при относительно низких ставках арендной платы. Если предприятия предъявляют эпизодический спрос, то почти при всех уровнях арендной платы аренда является наиболее приемлемой формой отношений. Часть вариантов по условиям экспериментов отличалась низкой ставкой платы, но не предполагала обеспечения в рамках аренды обязательного фирменного сервиса. Такая дешевая аренда оказалась выгодной для всех предприятий, отличающихся хорошо развитой ремонтной базой и кадрами высокой квалификации, независимо от особенностей того производства, где используется изделие.

Следующим направлением расчетов была имитация использования краткосрочной аренды в ситуации дефицита. Следует подчеркнуть, что для всех проведенных расчетов была принята предпосылка о сбалансированности спроса и предложения. Затем это упрощение было снято и предполагалось значительное превышение спроса над предложением.

Полученные в рамках этого направления расчетов результаты позволяют сделать вывод о том, что использование краткосрочной аренды (что может быть интерпретировано как ситуация явно выраженного эпизодического характера потребности) в ситуации дефицита изделий может существенно улучшить удовлетворение потребностей, сократив разрыв спроса и предложения. По мере увеличения срока аренды (т.е. приближения потребности к постоянной) такие преимущества арендной формы резко снижаются.

Следует отметить значительную условность расчетов, проведенных на базе исходного варианта. В модели имитировалось действие случайных факторов, поэтому в качестве результатов каждой реализации брались усредненные данные многократного проведения этой реализации. Полученные результаты могут свидетельствовать

лишь о самых общих закономерностях и тенденциях распространения исследуемых форм отношений.

На основе построенной имитационной модели проводились и серии экспериментов на базе конкретных предприятий. Ниже приводятся основные результаты, полученные в этих экспериментах.

Одним из направлений экспериментирования была модельная имитация фирменного сервиса некоторых видов продукции Топкинского мехзавода. В одном из цехов завода выпускаются силоизмерительные датчики и системы, предназначенные для контроля управления и регулирования параметров технологических процессов. С февраля 1989 г. предприятие начало осуществлять ряд работ в рамках фирменного сервиса различной продукции, в том числе в цехе тензометрии. С этой целью был создан специальный участок сервисного обслуживания, переименованный позже в участок промышленного сервиса. Для расчетов было выбрано два изделия: силоизмерительная система типа УСТК-6 с тремя датчиками и отдельный силоизмерительный тензорезисторный датчик 9035 ДСТ. Собранная на предприятии информация была преобразована в соответствии с требованиями модели и введена в информационный блок. Структура модели была конкретизирована с учетом особенностей рассматриваемой продукции и условий ее производства и потребления.

Подготовлена и проведена серия имитационных экспериментов, в которых рассматривались возможности и условия фирменного сервиса датчиков и систем. Ставилась задача выявить преимущества данной формы хозяйственных отношений по сравнению с традиционной куплей-продажей и условия ее реализации (под условиями в данном случае понимались главным образом цены, которые следует назначать на услуги, выполняемые в рамках фирменного сервиса). Именно задачу определения уровня цен работники предприятия считают центральной при организации фирменного сервиса и заключении договоров с потребителем.

В данном случае с учетом конкретных особенностей продукции реализация фирменного сервиса предполагает, что изготовитель, выпустив изделие, осуществляет его периодическое техническое обслуживание и эксплуатационный контроль, устраняет возникающие поломки на протяжении всего жизненного цикла и утилизирует остатки отслуживших свой срок датчиков и систем. Такая последовательность и была проимитирована в расчетах этой серии.

Предполагалось, что реализация фирменного сервиса позволяет получать значительный эффект. Если цена услуг устанавливается на основе их себестоимости и среднего для данной продукции уровня рентабельности, то весь эффект получает предприятие-потребитель (что и происходило в действительности при реализации фирменного сервиса на Топкинском мехзаводе). Представляется целесообразным отражать этот эффект (или его часть) в договорной цене, увеличив ее, что позволило бы изготовителю получать дополнительный доход и стимулировало бы его к выполнению фирменного сервиса. Данное предложение справедливо лишь в ситуации, когда использование фирменного сервиса влечет за собой существенные

преимущества по сравнению с традиционной куплей-продажей. Следует заметить, что учет всех слагаемых эффекта в рамках имитационной модели затруднителен, ввиду сложности получения необходимой информации. В проведенных расчетах имитировался только эффект, получаемый потребителем в сфере эксплуатации и изготовителем от повторного использования узлов и деталей. Поэтому можно утверждать, что реально наблюдаемый результат реализации фирменного сервиса превышал бы тот, что был получен в ходе имитационных экспериментов.

Полученные результаты отражены на рис. 2 и в табл. 3.2.

При расчетах в цены на изделие была включена оплата всех предстоящих услуг в рамках фирменного сервиса. Значения их были определены, исходя из периодичности проведения работ по техническому обслуживанию, среднего числа поломок и цен, установленных на однократное проведение работ. Дополнительный эффект, получаемый изготовителем в случае оплаты всех возможных услуг в момент приобретения изделия, в расчетах не имитировался.

Результаты показывают, что затраты изготовителя при реализации сервиса в любом случае выше его затрат при традиционной купле-продаже (поскольку в последнем случае его участие ограничивается изготовлением изделия и устранением поломок в течение гарантийного периода). С позиций же потребителя и системы в целом реализация фирменного сервиса позволяет существенно (в два раза) сократить затраты на час работы изделия даже при достаточно высоких ценах на сервисные услуги. Экспериментально установленный максимальный уровень цен, за пределами которого заключение договора о фирменном сервисе невыгодно (убыточно) для потребителя, превышает "обычный", ориентированный на среднюю рентабельность, для системы УСТК-6 с тремя датчиками в 3,2 раза, для датчика 9035 ДСТ в 2,6 раза. Следовательно, цена сервисных услуг может быть увеличена. Изготовитель при этом получает дополнительный доход, не неся затрат, поскольку увеличение цены происходит только за счет включения в нее эффекта от реализации фирменного сервиса.

На основе полученных результатов были предложены формулы расчета цен на услуги при различных вариантах их оплаты.

Первый вариант предполагает оплату услуг в момент их выполнения. То есть при приобретении изделия потребитель платит за него "обычную" цену. В процессе эксплуатации по мере возникновения необходимости в выполнении технического обслуживания или ремонта потребитель заключает договор с изготовителем и вносит плату в соответствии с ценой услуги. Подобный подход осуществлен в отечественной практике использования элементов фирменного сервиса. При этом предлагается определять цену следующим образом:

$$C_1 = M + З + ОБ + ЦР + ОЗР + ПР + ВПР + П + Э.$$

Здесь C_1 — цена услуги; M — затраты на материалы ($M = M_1 + M_2 + M_3$, M_1 — затраты на сырье; M_2 — на покупные и комплектующие изделия и кооперированные поставки; M_3 — транспортно-заготовительные расходы); $З$ — расходы, связанные с

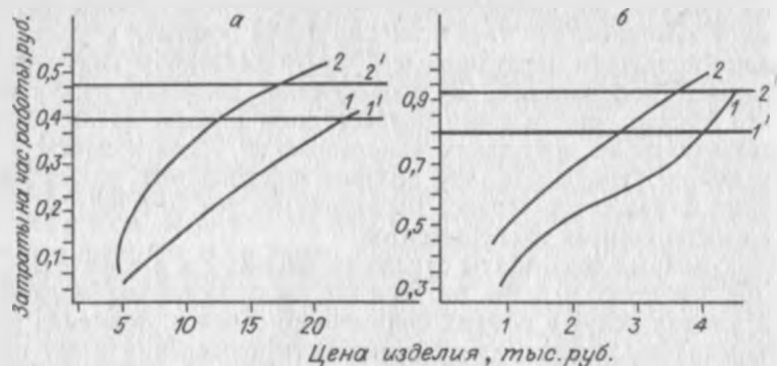


Рис. 2. Зависимость затратных показателей от цены.

а — для системы УСТК с тремя датчиками; б — для системы датчика 9035 ДСТ; 1 — затраты потребителя; 2 — затраты системы; 1, 2 — то же без фирменного сервиса.

заработной платой ($Z = Z_1 + Z_2 + Z_3$, Z_1 — основная заработная плата производственных рабочих; Z_2 — дополнительная заработная плата; Z_3 — отчисления на социальное страхование); ОБ — расходы на содержание и эксплуатацию оборудования; ОЗР — общезаводские расходы; ЦР — цеховые расходы; ПР — прочие производственные расходы; ВПР — внепроизводственные расходы; П — прибыль; Э — экономический эффект от реализации фирменного сервиса.

Ц — оптовая “обычная” цена услуги

$$Ц = Ц_1 - Э.$$

По результатам экспериментов для системы УСТК-6 с тремя датчиками

$$Ц_1 = Э + Ц \leq 3,2 Ц;$$

для датчика 9035 ДСТ

$$Ц_1 \leq 2,6 Ц.$$

Второй вариант предполагает оплату всех возможных в рамках фирменного сервиса работ в момент приобретения изделия. Как уже отмечалось, такой подход соответствует наиболее полной и последовательной концепции фирменного сервиса. Естественно, это означает значительный рост исходной цены изделия. Цена в данном случае может быть определена следующим образом:

$$Ц_2 = Ц + Ц_1(\text{рем.}) + Ц_1(\text{т.о.}) K_2,$$

где $Ц_2$ — цена изделия с учетом фирменного сервиса в течение всего срока службы, $Ц$ — “обычная” цена изделия, $Ц_1(\text{т.о.})$ — цена однократного выполнения работ по техническому обслуживанию, рассчитанная по формуле, приведенной выше; $Ц_1(\text{рем.})$ — аналогичным образом посчитанная цена выполнения одного ремонта; K_1 — среднее число ремонтов одного изделия в течение его срока службы; K_2 — среднее число технических обслуживаний одного изделия.

По результатам экспериментов $K_1 = 7,2$, а $K_2 = 10$.

Т а б л и ц а 3. 2

Усредненные обобщающие показатели работы изделий

Показатель	Изделие					
	Система УСТК-6 с тремя датчиками			Датчик 9035 ДСТ		
	а	б	в	а	б	в
Средний срок службы изделия, мес.	74	120	Возрастает на 62 %	74	120	Возрастает на 62 %
Среднее число поломок	10,3	7,2	Сокращается на 30 %	10,3	7,2	Сокращается на 30 %
Среднее время работы, тыс. нормо-часов	33,6	49,6	Возрастает на 47 %	23,6	46,1	Возрастает на 95 %
Среднее время простоев, нормо-часы	745	305	Сокращается на 59,2 %	10,7	3,7	Сокращается на 65 %

Пр и м е ч а н и я . а — обслуживание без фирменного сервиса; б — с фирменным сервисом; в — результат применения фирменного сервиса.

Таким образом, в серии машинных имитационных экспериментов по исследованию возможностей и условий реализации фирменного сервиса датчиков и силовых измерительных систем, выпускаемых Топкинским механическим заводом, получены результаты, подтверждающие преимущества фирменного сервиса как формы хозяйственных отношений. Изделия, для которых организован фирменный сервис, дольше служат, реже ломаются, дольше работают, меньше простаивают. При этом предприятие-потребитель получает значительный эффект, выражающийся в модели в существенном сокращении затрат на час работы. При определении цен на сервисные услуги на основе среднего для предприятия-изготовителя уровня рентабельности весь получаемый эффект остается у потребителя. Представляется целесообразным распределение этого эффекта между потребителем и изготовителем и включение определенной его части в цену на услуги, выполняемые в рамках фирменного сервиса. Это позволит предприятию-изготовителю получать дополнительный доход и будет стимулировать его к организации фирменного сервиса.

В целом можно утверждать, что построенная имитационная модель является инструментом, с помощью которого можно моделировать различные формы хозяйственных отношений в конкретных практических ситуациях, выбирать наилучшие, определять условия, при которых их использование позволит получать максимальный эффект.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Закон Союза Советских Социалистических республик о государственном предприятии (объединении). — М.: Юрид. лит., 1988.
- Основы законодательства Союза ССР и союзных республик об аренде // Экон. газета. — 1989. — № 49.
- Закон о предприятиях в СССР // Экономика и жизнь. — 1990. — № 25.
- Методика определения оптовых цен на продукцию производственно-технического назначения отраслей тяжелой промышленности // Экон. газ. — 1988. — № 3.
- Положение о поставках продукции производственно-технического назначения // Экон. газ. — 1988. — № 37. ГОСТ 15467—79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения.
- Абалкин Л.И. Производственные отношения социализма. — М.: Мысль, 1986.
- Авербух С.Л., Кононенко Н.П. Парадоксы восстановленных деталей // ЭКО. — 1984. — № 9. — С. 115—125.
- Аганбегян А.Г. Управление социалистическими предприятиями: Вопросы теории и практики. — М.: Экономика, 1979.
- Агеев В.М. Производственные связи РАПО при техническом обслуживании тракторов типа "Кировец" // Совершенствование организации и управления производством / ОмГУ. — Омск, 1986. — С. 99—106.
- Акбердин Р.З. Экономика обновления парка оборудования в машиностроении. — М.: Машиностроение, 1987.
- Акбердин Р.З. Экономическая эффективность восстановления оборудования и резервы ее повышения. — М.: Машиностроение, 1980.
- Антропов П. Перейти на аренду // Экономика и жизнь. — 1990. — № 2.
- Анопин В.В. Система связей потребительской кооперации в АПК. — М.: Экономика, 1986.
- Артнехов В.Г. Экономический механизм арендных отношений. — М.: Экономика, 1990.
- Багриновский К.А., Егорова Н.Е. Имитационные системы в планировании экономических объектов. — М.: Наука, 1980.
- Багриновский К.А., Егорова Н.Е., Ралченко В.В. Имитационные модели в народно-хозяйственном планировании. — М.: Экономика, 1980.
- Багриновский К.А., Лотов А.В. Об основных направлениях имитационного моделирования механизма стимулирования производства на уровне предприятия // Экономика и мат. методы. — 1983. — Т.19, вып. 3. — С. 505—516.
- Багриновский К.А., Мошовой С.Н., Овсиенко Ю.В., Петраков Н.Я. Методологические проблемы имитационного моделирования хозяйственного механизма // Экономика и мат. методы. — 1980. — Т. 16, вып. 5. — С. 837—848.
- Беккер А. По-прежнему разорванная цепь // Известия. — 1986. — 4 февр.
- Баскин А., Флеров Л. Развивать систему проката техники // Экон. газ. — 1985. — № 49.
- Беков Х.А., Гинзбург Я.С. Ремонт: Трудности и концепция его перестройки // ЭКО. — 1988. — № 6. — С. 58—69.
- Белов А. Лизинг во внешней торговле // Внеш. торговля. — 1977. — № 5.
- Бешелев С.Д., Морозов А.А. Экономика эксплуатации самолетов // СИА — экономика, политика, идеология. — 1980. — № 9. — С. 75—86.
- Берлин А.Д. Аренда в контексте реформы управления // Проблемы теории и практики управления. — 1990. — № 2. — С. 30—38.
- Бинкин Б.А., Черняк В.М. Эффективность управления: Наука и практика. — М.: Наука, 1982.
- Бирнштейн М.М. Опыт организационно-производственных испытаний // Легкая промышленность. — 1938. — № 13.
- Бирнштейн М.М. Производственные игры: Первые шаги // ЭКО. — 1978. — № 6.
- Богатын Ю.В., Сульновар Л.Б., Ломазов Н.Е. Качество техники и экономика. — М.: Экономика, 1973.

- Борисенко М.Р. О стимулировании гарантированного комплексного МТС // Уголь. — 1986. — № 3. — С. 38—40.
- Борисов Ю.С. Организация ремонта и технического обслуживания оборудования. — М.: Машиностроение, 1978.
- Борисова Л.Г. Налогово-амортизационная политика в системе государственно-монопольного регулирования капиталовложений (на материале США): Автореф. дис. ... канд. экон. наук. — Л., 1985.
- Бойсенко А.В. Экономические связи стран — членов СЭВ с развитыми капиталистическими государствами // Вестн. МГУ. — Сер. Экономика. 1979. — № 5.
- Бочаров М.А. Инициативе не дать угаснуть // Слово лектора. — 1989. — № 5. — С. 48—54.
- Бунич П.Г. Новые ценности — М.: Наука, 1989.
- Вальтух К.К., Лавровский Б.Л. Производственный аппарат страны: Использование и реконструкция // ЭКО. — 1986. — № 2. — С. 17—33.
- Владимирский Е.А., Павлова И.П. Личная собственность, как экономическое отношение. — Л.: Изд-во ЛГУ, 1977.
- Власов А.Н. Современные формы экономических связей европейских стран-членов СЭВ с развивающимися государствами // Приложение к БИКИ. — 1984. — № 11. — С. 55—66.
- Внешнеэкономические связи — пути совершенствования // Экон. сотрудничество стран-членов СЭВ: Информ. бюл. междунар. журн. — 1986. — № 12.
- Возмещение основных фондов в условиях интенсификации. — М.: Экономика, 1986.
- Воложонин В.М. Утро советских акций // ЭКО. — 1989. — № 1. — С. 41—50.
- Волчихин С.А., Муравьев И.Я. Нормативы выхода пригодных к эксплуатации материалов при демонтаже списанного оборудования // Уголь. — 1986. — № 8.
- Вопросы управления промышленными предприятиями (Анализ, моделирование, экономическое стимулирование / ИЭиОПП СО АН СССР. — Новосибирск, 1976.
- Вукович В. Сервис с гарантией // Известия. — 1985. — 21 июня.
- Гасанов Р.М. Грузовой транспорт США // США — экономика, политика, идеология. — 1983. — № 2. — С. 83—91.
- Гранаткин Ю.А. Экономика социалистической промышленности. — Л.: Изд-во ЛГУ, 1987.
- Гранберг А.Г. Моделирование социалистической экономики. — М.: Экономика, 1988.
- Губанов М. Принципы технического обслуживания машиностроительной продукции // Внеш. торговля. — 1987. — № 3. — С. 19—23.
- Гуменюк В.Я. Управление качеством системы машин. — Львов: Виша школа, 1979.
- Еремин А.М. Отношения социалистической собственности и экономическое управление. — М.: Экономика, 1973.
- Захаров В.С. Кредит в системе управления экономикой. — М.: Финансы, 1979.
- Зенкин С.В., Киселев В.А. Рабочая акционерная собственность // Экономика и жизнь. — 1990. — № 43.
- Зыков А.А., Матвеев Л.А. Ориентация хозяйственного механизма на повышение качества продукции. — М.: Экономика, 1986.
- Ивашкин В.А., Волчин В.В., Миронов Е.М. Организация и техника торговли запасными частями: Опыт зарубежных фирм. — М.: Экономика, 1984.
- Исюмов А.И., Мишукова Р.А. Воспроизводство основного капитала в 80-е годы // США — политика, экономика, идеология. — 1986. — № 6.
- Илюшечкин В. К вопросу о разработке политэкономической теории буржуазных классовых обществ // Экон. науки. — 1986. — № 3. — С. 16—23.
- Использование вторичного сырья и отходов в производстве. — М.: Экономика, 1983.
- Кабалдзе В.П. Создать мобильное производство // ЭКО. — 1982. — № 1.
- Канторович Л.В. Экономический расчет наилучшего использования ресурсов. — М.: Изд-во АН СССР, 1960.
- Кириченко З. США на рынке наукоемких услуг // Экон. газета. — 1988. — № 31.
- Кобушко Т.В. Практика "встречной" торговли // США — экономика, политика, идеология. — 1984. — № 7. — С. 67—76.

- Ковганич Н. Кому объединить торговлю, прокат и ремонт // Экон. газета. — 1986. — № 2.
- Кожевников О., Розенберг М. Новое в регулировании технического обслуживания машин, оборудования и других изделий и в организации поставок запасных частей к ним в странах-членах СЭВ // Внеш. торговля. — 1974. — № 7. — С. 46—53; № 8. — С. 42—49.
- Колегаев Р.Н. Определение наивыгоднейших сроков службы машин. — М.: Машиностроение, 1963.
- Колегаев Р.Н. Экономическая оценка качества и оптимизация системы ремонта машин. — М.: Машиностроение, 1980.
- Комаров В.Ф. Безотходное... потребление // ЭКО. — 1983. — № 3.
- Комаров В.Ф. Управленческие имитационные игры и АСУ. — Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1979.
- Комаров В.Ф. Управленческие имитационные игры. — Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1989.
- Комаров В.Ф., Юсупова А.Т. Опыт применения имитационной игры в исследовательских целях // Интеллектуальные системы и имитация: Тез. докл. конф. / НГУ. — Новосибирск, 1985. — С. 121—123.
- Комаров В.Ф., Юсупова А.Т., Колуга Е.В. Методика и опыт применения имитационной игры в исследовательской деятельности // Игровое моделирование: Методология и практика. — Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1987.
- Комлев С.Л. Внутренняя торговля США: некоторые новые тенденции // США — экономика, политика, идеология. — 1985. — № 3. — С. 82—90.
- Консон А.С. Экономика ремонта машин. — Л.: Машиностроение, 1970.
- Корнаи Я. Дефицит. — М.: Наука, 1990.
- Котлер Филип. Управление маркетингом. — М.: Экономика, 1980.
- Крушинский М. Путь к частной собственности // Известия. — 1990. — 12 сент.
- Кутейников А.А. Конкуренция на рынках новых наукоемких товаров // США — экономика, политика, идеология. — 1984. — № 8. — С. 90—101.
- Игровое моделирование: Методология и практика. — Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1987.
- Имитационное моделирование экономических систем. — М.: Наука, 1978.
- Лавров В., Смирнов В. Новое в правовом регулировании технического обслуживания // Внеш. торговля. — 1983. — № 2. — С. 46—50.
- Лебедев О.Т. Прогнозирование подготовки инженерных кадров для электронной промышленности. — Л.: Изд-во ЛГУ, 1977.
- Лебединский И.П. Основные производственные фонды промышленности: Справочное пособие. — 2-е изд., доп. и перераб. — Л.: Лениздат, 1988.
- Лычагин М.В., Мироносский Н.Б. Моделирование финансовой деятельности предприятия. — Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1986.
- Макмилан Ч. Японская промышленная система. — М.: Прогресс, 1988.
- Макушин А. Сервис для КамАЗа // Экон. газета. — 1987. — № 31.
- Материалы для использования в работе по подготовке и переходу на арендный подряд в условиях хозяйственного расчета / Бутовский комбинат строительных материалов. — М., 1988.
- Махнова В.И. Производственные связи социалистических предприятий. — М.: Мысль, 1976.
- Медведков С.Ю., Сергеев Ю.А. Международный маркетинг американской технологии. — М.: Наука, 1985.
- Медведков С.Ю. Лизинг в экономике США // США — экономика, политика, идеология. — 1975. — № 5. — С. 95—104.
- Металлообрабатывающее оборудование: Технический уровень и конкурентоспособность / ЭКО. — 1982. — № 1. — С. 23—145.
- Методика расчета величин гарантийных сроков (гарантийных наработок) промышленных изделий. — М.: Изд-во стандартов, 1975.
- Методические указания по подготовке и проведению проблемной деловой игры "Предприятия и рынок" / Сиб.центр по управленческому консультированию и обучению. — Новосибирск, 1991.

- Методология моделирования и имитационные модели для исследования экономического механизма / Междунар. НИИ проблем упр. — М., 1985.
- Методы машинной имитации экономических процессов. — М.: Наука, 1982.
- Мишков Е. Телемеханика и ... "кувалда" // Соц. индустрия. — 1986. — 17 янв.
- Мирохин Г.А. Экономические основы гарантирования качества изделий промышленного производства: Дисс. ... канд. экон. наук. — Новосибирск, 1983.
- Моделирование производственных процессов / ИЭиОПП. — Новосибирск, 1986.
- Мокроносов А.Г., Анисимова М.А. Опыт и проблемы организации фирменного сервиса сложной и особо точной техники. Препринт / ИЭ УрОАН СССР. — Свердловск, 1988.
- Нейлор Т. Машинные имитационные эксперименты с моделями экономических систем. — М.: Мир, 1975.
- Некоторые вопросы организации технического обслуживания судов в зарубежных авиакомпаниях. — М.: Воздушный транспорт, 1978.
- Новожилов В.В. Недостаток товаров // Вестн. финансов. — 1926. — № 2 — НТИП: Словарь. — М.: Политиздат, 1987.
- Организация обучения хозяйственных руководителей / Ф.М. Русинов, Т.В. Бугреева, В.И. Бусов и др. — М.: Экономика, 1986.
- Олейник И.С. Ориентация внутрифирменного управления в Японии и США // ЭКО. — 1986. — № 7. — С. 163—178.
- Опыт организации и эффективность фирменного ремонта и обслуживания сложной и особо точной техники: Тез. докл. экономич. семинара / ИЭ УрО АН СССР. — Свердловск, 1988.
- Орлов В.Н. Духовное производство и его развитие в условиях социализма. — М.: Высшая школа, 1986.
- Основные методологические положения применения имитационного моделирования в экономических исследованиях. — 1985.
- Павлов Т.Ю. Международная капиталистическая торговля услугами и проблемы ее регулирования // Приложение к БИКИ. — 1987. — № 2. — С. 87—110.
- Перестюк Б.В. Аренда: шаг вперед или назад? // ЭКО. — 1990. — № 7.
- Перламутров В. Хозрасчет прошлый и будущий // Знание-сила. — 1987. — № 1.
- Петухов Р.М. Методика экономической оценки износа и сроков службы машин. — М.: Экономика, 1965.
- Пирс Д., Уолтер И. Использование вторичных ресурсов: Экономические аспекты. — М.: Экономика, 1981.
- Питерс Т., Уотермен Р. В поисках совершенства: Опыт образцового управления американскими кампаниями // США — экономика, политика, идеология. — 1985. — № 9 — С. 85—94; № 10. — С. 90—101.
- Плахтин В.Д. Теротехнология в металлургии. — М.: Металлургия, 1979.
- Положение о поставках продукции производственно-технического назначения. — М.: Юрид. лит., 1981.
- Применение имитационных методов к анализу процедур планирования и управления в экономике / ЦОМИ АН СССР. — М., 1977.
- Проект Договора о хозяйственных отношениях Саратовского авиационного завода с министерством / САЗ. — Саратов, 1989.
- Промышленное предприятие в условиях полного хозрасчета и самофинансирования. — Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1990.
- Пути совершенствования социального механизма советской экономики / ИЭиОПП СО АН СССР. — Новосибирск, 1985.
- Райт Дж. П. "Дженерал моторс" в истинном свете. — М.: Прогресс, 1985.
- Ремонт: затраты растут, эффект падает // ЭКО. — 1988. — № 4. — С. 83—108.
- Реутов В. Чтобы не гас экран телевизионный // Экон. газета. — 1986. — № 7.
- Ровках С.Е., Киселев М.М., Ровках А.С. Техническое обслуживание и ремонт строительной техники. — М.: Стройиздат, 1986.
- Розенберг М. Новое в общих условиях поставок СЭВ // Внеш. торговля. — 1980. — № 5. — С. 35—42.
- Розенфельд Ш. Выбор вариантов экономии ресурсов // Вопр. экономики. — 1983. — № 7. — С. 95—106.

- Руттайзер В.М. Коллективная собственность в Великобритании // ЭКО. — 1990. — № 7. — С. 158—164.
- Рыльков П.Г. Эффективность обновления техники: Вопросы теории и практики. — М.: Экономика, 1977.
- Смеяков Н. Деловая Америка. — М.: Политиздат, 1967.
- Смеяков Н. Развитие отечественных экспортных возможностей // Коммунист. — 1984. — № 14. — С. 39—49.
- Супян В.Б., Шейман И.М. Тенденции интенсификации сферы услуг США // США — Экономика, политика, идеология. — 1982. — № 3. — С. 69—79.
- Суриков С.В. Рынок легковых автомобилей США: Основные тенденции развития // Приложение к БИКИ. — 1975. — № 9. — С. 168—207.
- США: Промышленные корпорации и научные исследования: Организация, управление, эффективность. — М.: Наука, 1975.
- США: Рынок потребительских товаров и услуг. — М.: Наука, 1983.
- Тарасенко Г., Романова С. О ступенях познания и изложения экономического содержания социалистической собственности // Экон. науки. — 1986. — № 1. — С. 39—46.
- Терских В. Автоматизированные системы: концепция промышленного изделия // Информатика и образование. — 1987. — № 1. — С. 3—16.
- Техническое обслуживание машин и оборудования зарубежными фирмами. — М.: Внешторгиздат, 1982.
- Токарев А. Развитие лизинга в КНР // Экон. газета. — 1988. — № 31.
- Халаберда А., Кветкин В., Деметьев К., Максимов К. Фирменный ремонт машин // План. хоз-во. — 1986. — № 3. — С. 99—105.
- Хил П. Наука и искусство проектирования. — М.: Мир, 1973.
- Холодильник: от конвейера до нашей квартиры // ЭКО. — 1979. — № 6.
- Хубенова Т. Промышлетоно коопериране Изток-Запад. — София, 1979.
- Черниченко Ю. Работающий американец // Дружба народов. — 1986. — № 1.
- Чернова М. Акционеры из Сибири // Сов. Сибирь. — 1990. — 13 окт.
- Шейман И.М. Научно-технический прогресс и новые формы хозяйственного обслуживания // Мировая экономика и международные отношения. — 1985. — № 9. — С. 67—79.
- Шейман И.М. Купить или взять в аренду // ЭКО. — 1987. — № 3. — С. 149—167.
- Ширяев П.Ю. Современные формы сотрудничества стран-членов СЭВ в сфере материального производства. — М.: Высшая школа, 1986.
- Ширяев Ю.С. Международное социалистическое разделение труда. — М.: Наука, 1977.
- Эберт Х., Томас К. Анализ затрат на основе потребительской стоимости. Новые методы реализации: Пер. с нем. — М.: Экономика, 1975.
- Экономика машиностроения. — Л.: Машиностроение, 1986.
- Экономика социалистической промышленности / Под ред. Г.А. Егмазярина, А.Г. Омаровского. — М.: Изд-во МГУ, 1988.
- Экономическая надежность и режимы ремонта оборудования в США. — М.: Транспорт, 1974.
- Юсупова А.Т. Имитационное моделирование хозяйственных отношений при фирменном обслуживании техники // Тез. докл. экон. семинара "Опыт организации и эффективность фирменного ремонта и обслуживания сложной и особо точной техники" / ИЗ УрО АН СССР. — Свердловск, 1988. — С. 49—52.
- Якобс В.А. Экономика ремонта оборудования на машиностроительных предприятиях. — М.: Машиностроение, 1977.
- Ясин Е.Г. Общественная собственность, экономические стимулы и хозрасчет // ЭКО. — 1984. — № 12. — С. 77—97.
- Cremieux-Israel D. Leasing et credit-bail mobiliers. — Paris, 1975.
- The BAXI partner // The journal of the BAXI partnership., 1991.
- Horsman I., Slivinski A. Location models as models of product choice // Journal of economic theory. — 1985. — V. 36. — P. 367—386.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
<i>Глава 1</i>	
ИССЛЕДОВАНИЕ ВОПРОСОВ АРЕНДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ И СВОЙСТВ ЗАЛОГОВОЙ СХЕМЫ ОТНОШЕНИЙ.....	11
1.1. Роль арендных предприятий при переходе к рыночной экономике.....	—
1.2. Проблемная деловая игра "Аренда".....	26
1.3. Результаты исследования вопросов аренды предприятия с помощью проблемной деловой игры "Аренда".....	48
1.4. Исследование свойств залоговой схемы арендных отношений.....	57
<i>Глава 2</i>	
ЛИЗИНГ.....	70
2.1. История возникновения и развития лизинговых отношений.....	—
2.2. Экономическая сущность и юридические аспекты лизинговых отношений.....	77
<i>Глава 3</i>	
ФИРМЕННЫЙ СЕРВИС.....	92
3.1. Фирменный сервис как форма хозяйственных отношений между изгото- вителем и потребителем промышленной продукции.....	—
3.2. Имитационная модель.....	107
3.3. Результаты экспериментов, проведенных на базе имитационной модели.....	114
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	124

Научное издание

Комаров Владимир Федорович
Колуга Евгений Викторович
Юсупова Альмира Талгатовна
**АРЕНДА
ЛИЗИНГ
ФИРМЕННЫЙ СЕРВИС**

Редактор издательства Р.А. Лившиц. Художник Н.А. Пискун. Художественный редактор Л.Л. Мордوخович. Технический редактор Л.П. Минеева. Корректор Л.А. Шербакова. Оператор набора Н.Н. Проценко. Оператор электронной верстки О.П. Хмелева

ИБ № 42587

Сдано в набор 01.08.91. Подписано к печати 14.11.91. Формат 60х90 $\frac{1}{16}$. Бумага типографская № 1. Гарнитура таймс. Офсетная печать. Усл. печ. л. 8. Усл. кр.-отт. 8,25. Уч.-изд. л. 9,3. Тираж 3600 экз. Заказ 940. Цена 3 р. 70 к.

Ордена Трудового Красного Знамени издательство "Наука", Сибирское отделение. 630099 Новосибирск, ул.Советская, 18.

Оригинал-макет изготовлен на настольной издательской системе.
4-я типография издательства "Наука". 630077 Новосибирск, ул.Станиславского, 25.