

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИЙ РЕАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ

А.Г. Шепшелев

Возможность самостоятельного нормотворчества субъектов Российской Федерации обуславливается наличием в Конституции РФ положений ст. 76, где устанавливается правило, согласно которому по предметам совместного ведения РФ и ее субъектов издаются федеральные законы и принимаемые в соответствии с ними законы и иные нормативно-правовые акты субъектов РФ. Пункт 4 указанной статьи также определяет, что собственное правовое регулирование субъектами РФ возможно тогда, когда решаются вопросы, не затрагивающие предметы ведения РФ (ст. 71) и предметы совместного ведения РФ и ее субъектов (ст. 72 Конституции).

Вследствие этого Алтайским краем как субъектом РФ данное конституционное право реализовано путем принятия закона «О промышленной политике», в котором определены правовые и экономические основы, цели, элементы и принципы реализации промышленной политики и меры государственной поддержки промышленности. Согласно названному закону государственная поддержка промышленности осуществляется органами государственной власти в соответствии с планом социально-экономического развития края, приоритетными направлениями и программами развития промышленности нашего региона. Законом также устанавливается, что меры поддержки промышленности могут быть двух видов: прямые и косвенные. Органы государственной власти края вправе оказывать финансовую поддержку промышленности на льготных условиях для реализации инвестиционных проектов, пополнения оборотных средств в следующих формах: беспроцентные ссуды, кредиты под ставки рефинансирования Центрального банка РФ; финансирование инвестиционных проектов на долевых началах с другими участниками в виде вкладов в уставный капитал денежных средств, имущества, ценных бумаг и других активов; предоставление дополнительных льгот по налогам и сборам при выполнении хозяйствующими субъектами конкретных, обусловленных законом условий; проведение реструктуризации задолженности предприятий по налогам и сборам и начисленным пеням, а также штрафам за нарушение налогового законодательства в части средств, поступающих в краевой бюджет. Все это относится к прямым мерам государственной поддержки промышленности.

Косвенными являются такие меры, как проведение протекционистской политики федеральными

органами государственной власти; содействие в расширении рынка сбыта продукции через развитие внутрикраевой кооперации, внешнеэкономических связей края с другими регионами и государствами; гарантии администрации края для кредиторов, инвесторов; защита предприятий промышленности края от действий естественных монополистов. Предприятиям, участвующим в реализации приоритетных направлений развития промышленности, могут оказываться дополнительные меры государственной поддержки в виде освобождения от начисленных пени за просрочку платежей по налогам, зачисляемым в краевой и местный бюджеты.

Следует отметить, что федеральное законодательство не определяет ведущей роли промышленности в экономике государства, поскольку не имеет общих нормативных актов, регулирующих данные общественные отношения. Поэтому наличие в крае закона «О промышленной политике» говорит о том, что данной отрасли отводится ведущая, основная роль. Инициатором принятия закона была администрация края. В соответствии со ст. 79 Устава Алтайского края к ведению администрации края отнесено решение вопросов, касающихся сельского хозяйства и промышленности. В целях реализации исполнительно-распорядительных функций администрация Алтайского края наделена полномочиями по разработке текущих и перспективных программ социально-экономического развития Алтайского края и обеспечивает их выполнение; разрабатывает и реализует финансовую и инвестиционную политику; управляет и распоряжается объектами права собственности края; осуществляет меры по ограничению монополистической деятельности и развитию предпринимательства; осуществляет внешнеэкономическую, лицензионную деятельность и т.д. В связи с этим администрация края активно участвует в развитии отрасли промышленности, принимает конкретные решения в целях улучшения экономического положения промышленных предприятий края. Наиболее значимыми нормативно-правовыми актами, принятыми в этой области, являлись следующие постановления администрации края: «О совместных мерах по реализации федеральной и государственной целевых программ «Свой дом» и «Структурная перестройка производственной базы корпорации «Росагропромстрой» на 1997–2000 гг.», «О мерах по обеспечению устойчивой работы спиртовой и ликероводочной отраслей про-

мышленности», «О сохранении промышленного пушного звероводства в с. Лесное Бийского района», «О программе реформирования промышленных предприятий края», «О предоставлении поручительств перед коммерческими банками для обеспечения исполнения обязательств промышленных предприятий края», «О программе производства тракторов, сельскохозяйственных машин и оборудования для АПК, на промышленных предприятиях края» [1].

Региональная промышленная политика должна учитывать ситуацию, когда большинство предприятий находится в тяжелом финансово-экономическом состоянии. Наиболее распространенная методологическая ошибка поддержки предприятий состоит в оказании финансовой помощи без учета среды окружения предприятия. Наиболее часто причиной кризисного состояния предприятия является не проблема оборотных средств и технической оснащенности, не наличие на рынках региона товаров других регионов или стран, а отсутствие устойчивых корпоративных связей с партнерами.

Задача региональных властей – оказать помощь в налаживании систем взаимоотношений между участниками вертикального взаимодействия при производстве продукта, а полученный в результате корпоративных решений ресурс является общесистемным, используется для стимулирования инвестиционного процесса в интересах развития всего производственного образования, а не в интересах отдельного предприятия. Особый интерес региональных властей составляют совокупности предприятий, расположенных на территории региона. В этом случае эффект помощи может быть мультипликативным. Если предприятия находятся в разных регионах (часто приветствуются связи предприятий в рамках региональных ассоциаций), то задача региональной администрации согласовать позиции по всем предприятиям, задействованным в проекте (возможно, и привлечь средства для поддержки предприятий соседних регионов).

Внутри интегрированных корпораций происходит не перераспределение финансовых средств между участниками производства, а управление финансовыми потоками, т.е. на корпоративном уровне производится согласование по использованию денежных оборотных средств и решается, кто эти оборотные средства будет использовать для минимизации совокупных издержек внутри всей бизнес-структуры. В этом случае фактически задача финансовой поддержки отдельного предприятия заменяется на задачу ликвидации возникающего кассового разрыва, в том числе через прямое кредитование одного или несколь-

ких участников единого технологического процесса. Группа предприятий совместно с их обслуживающими фирмами и финансовыми институтами согласовывает определенные правила, которым все участники бизнес-процесса подчиняются. Основы таких взаимоотношений в первую очередь складываются на уровне согласованной схемы нескольких структурообразующих субъектов рынка. Структуры, внутри которых возможно принятие корпоративных решений, называются структурообразующими схемами. Предприятие, которое включено в одну или несколько структурообразующих схем, получает устойчивых партнеров, с которыми согласованы принципы ценообразования. Рынки сбыта становятся предсказуемыми. Это в свою очередь позволяет планировать объемы выпускаемой продукции, ведет к финансовой устойчивости промышленного предприятия и других участников структурообразующей схемы. В этом смысле предприятие становится понятным для инвестора, т.е. удовлетворяет условиям инвестиционной привлекательности.

Формирование структурообразующих схем начинается с создания модели структурообразующего предприятия, в которой определяется концепция развития всей системы взаимоотношений участников. Создание корпоративных стратегий возможно только в том случае, если уже сложились корпоративные цели и существует корпоративное взаимодействие. Следовательно, их формирование должно стать центральным звеном региональной политики.

При разработке региональной политики необходимо определить набор структурообразующих схем, которые ложатся в основу оздоровления промышленных предприятий региона. основополагающие структурообразующие схемы для принятия решений по поддержке промышленных предприятий со стороны Региона – основная часть документации, на базе которой принимаются решения по поддержке реального сектора экономики. Структурообразующие схемы являются частью целевого механизма привлечения дополнительных инвестиционных ресурсов и создания пополнения фондов под целевые программы развития промышленных предприятий региона.

Цель реализации проекта формирования структурообразующих схем не просто вернуть средства, вложенные в проект, а создать условия для дальнейшего развития в устойчивой среде партнерских отношений. Следовательно, в проекте необходимо наиболее подробно и доказательно показать взаимодействие участников проекта. Бизнес-план проекта со структурообразующей основой должен показать механизмы управления

ресурсными, финансовыми и информационными потоками. Региональной власти выгодно стимулировать подобные проекты и по возможности участвовать в них, так как при этом растут отчисления в бюджет. Регион может поддерживать производителя, помогая ему в продвижении производимой продукции на рынки. С этой целью могут организовываться выставки-конференции по презентации целевых программ.

Проблема формирования источников инвестиционных средств. Препятствий для привлечения инвестиций становится гораздо меньше, если само предприятие готово к их освоению. В этот тезис включается целый комплекс условий, которым должны отвечать как само предприятие, так и его окружение. Часто инвестор и производитель могут иметь разные позиции по некоторым вопросам.

Первое, на что обращает внимание стратегический инвестор, — наличие высокопрофессиональной команды на предприятии. Если команда есть, то далее можно формулировать общие цели и рассматривать возможности предприятия и инвестора по их достижению. В представлении же большинства руководителей предприятий инвестора интересует прежде всего бизнес-план, в котором предполагается его участие, основной аргумент участия — предполагаемая прибыль. В этом существенное различие в начальных позициях инвестора и производителя.

Стратегический инвестор будет смотреть на возможности расширения своего рынка, а не на реальную прибыль. Это не означает, что прибыль его не интересует. Но прибыль не может быть самоцелью, так как она опять же направляется на захват и расширение рынка. Небольшая совокупная прибыль при широком охвате рынка быстрее удовлетворит инвестора, чем высокая прибыль на неустойчивом рынке. Полученную прибыль надо еще суметь реализовать и получить конкурентные преимущества. Потеря темпа может не позволить сделать это. Захват рынка с помощью выпускаемой продукции предприятия за счет ценовых параметров не может удовлетворить инвестора, так как это может привести к снижению отпускных цен другими производителями. Грамотный инвестор будет вкладывать деньги тогда, когда он видит свободную и расширяющуюся нишу. Выход на нишу и ее дальнейшее удержание возможны только при наличии развитой рыночной инфраструктуры, в которую включено данное предприятие.

Одна из важнейших задач администраций регионов и городов — создание условий для взаимодействия устойчивых экономических структур при работе на рынках. Наличие рыночных ниш зависит от покупательной способности населения. Та-

ким образом, одна из задач администрации состоит в обеспечении условий роста покупательной способности населения. Банки должны использовать эти средства, для того чтобы ее повысить. Покупательная способность увеличивается, если одной части населения предоставляются кредиты за счет накоплений другой части населения.

В целом банк располагает кредитными ресурсами, за счет которых он может предоставить льготный кредит продавцу. При наличии гарантий банк может кредитовать и покупателя товара. Банк гарантирует возврат потенциальному покупателю денег в случае невыполнения продавцом обязательств по поставке товара.

Наибольший эффект в данной схеме достигается, если в нее включены фирмы, связанные единым бизнесом по удовлетворению нужд конечного потребителя. Наличие структурообразующего предприятия и предприятий малого и среднего бизнеса позволяет удерживать рынки при совместной деятельности всех участников единой структуры. Очевидно, что данная схема позволяет продавцу не просто получить постоянного покупателя, но и в целом инвестиционный ресурс, а также дополнительные кредитные ресурсы. Покупателю трудно уследить за финансовым состоянием продавца, ему проще (особенно если он имеет дело с несколькими продавцами) выбрать тот банк, которому он доверяет (банк страхует сделку, обещая вернуть средства покупателю с процентом в случае, если продавец не смог выполнить взятые на себя обязательства, оказался несостоятельным в финансовом отношении).

Банк получает постоянную клиентуру, в том числе по депозитному обслуживанию. Такие схемы возможны, если государство гарантирует устойчивость банковской системы хотя бы для мелких вкладчиков.

Обычно данными операциями занимаются не банки, а ссудосберегательные кассы (накопительные фонды), но это не меняет основной идеи по нацеленности финансовых институтов по формированию структуры.

Любые вопросы, принимаемые на том или ином уровне, должны рассматривать в первую очередь через возможность формирования структур (система взаимодействия в условиях рыночных отношений). В противном случае цели по развитию бизнеса, в том числе и производства, как его составляющей, не могут быть достигнуты.

Огромное значение в создании условий для продвижения товаров на рынки играет малый и средний бизнес. Его представители как раз и несут основное бремя структурного развития в условиях рынка. Их накопления на развитие соб-

ственного бизнеса направляются, в отличие от средств населения, в финансирование отдельных проектов и программ. Следовательно, администрации регионов и городов должны создавать возможности для развития малого и среднего бизнеса и способствовать формированию механизмов по эффективному использованию накопленных ими средств в инвестиционных процессах.

В рамках целевого проекта страховым компаниям должна отводиться центральная роль. Все юридические лица должны иметь возможность застраховать свой бизнес. Страховая компания обязана убедиться, что приобретенная собственность куплена на те доходы, с которых уплачены налоги. При данных условиях в случае наступления страхового случая страховая компания имеет право получить компенсацию со стороны государства (администрации региона, города).

Обращение к защите своих интересов к страховой компании особенно выгодно для владельцев малого бизнеса, которым не приходится в этом случае иметь дело с различными органами власти и не опасаться давления с их стороны с целью улучшения статистики происшествий. Страховая компания, чьи результаты зависят от состояния деятельности страхуемого ими бизнеса, будут заинтересованы в том, чтобы создавать условия для кредитования на выгодных условиях своих клиентов. Все это мотивирует в первую очередь владельцев малого и среднего бизнеса платить исправно налоги (одно из условий работы страховой компании). Это в свою очередь облегчает работу налоговых органов.

Планирование деятельности по активизации источников инвестиционных средств по существу состоит в разработке детального плана товарно-финансового взаимодействия всех участников. Целесообразно данную проработку выполнить в форме матричного плана. Матричный план для работы с конкретным предприятием для вывода его из кризиса и с целью создания условий для его развития не может определить сроки привлечения на предприятие инвестиций до тех пор, пока не будет проведен комплексный анализ, разработана антикризисная программа, выработана стратегия развития предприятия. Выполнение антикризисной программы зависит от действий партнеров, от их понимания общих целей и согласованности действий руководителей предприятия и данных партнеров.

Цель антикризисной программы предприятия – формирование механизмов, позволяющих привлекать дополнительные инвестиции в промышленность под целевые программы, с целью оздоровления промышленности региона и создания условий для ее опережающего развития.

Основные задачи антикризисной программы предприятия следующие:

1. Создание условий для восстановления производства на наиболее перспективных промышленных предприятиях региона и по дальнейшему их развитию.
2. Повышение инвестиционной привлекательности региона.
3. Формирование работоспособных механизмов рынка промышленного капитала.
4. Создание механизма гарантий для инвесторов. Снижение рисков по инвестиционным проектам московских предприятий.
5. Увеличение масштабов привлечения инвестиций под целевые программы и проекты и на конкретные промышленные предприятия региона.
6. Совершенствование механизма управления финансовыми потоками, в том числе связанными с бюджетом, с целью направления большего объема средств в инвестиционную сферу деятельности.
7. Пополнение бюджета региона в результате роста налоговых поступлений и увеличения стоимости городского имущества в результате роста курсов акций предприятий.
8. Формирование устойчивых рынков сбыта для предприятий региона.
9. Снижение уровня явной и скрытой безработицы в регионе и повышение доходов трудящихся, а на этой основе и налоговых доходов городского бюджета.

Проблемы формирования структуры региональных рынков. Структура рынка товаров массового спроса представляет собой взаимодействие подсистемы предложения (разнообразные фирмы и компании) и подсистемы спроса (оптовые и розничные предприятия торговли и отдельные покупатели), поэтому для краткости будем называть эту структуру «потребительский рынок». Описывать потребительский рынок во всех деталях вряд ли целесообразно. В нашей работе дается описание только тех положений, которые позволяют увидеть взаимоотношение на этом рынке различных обслуживающих компаний, финансовых институтов и предприятий различной величины и формы собственности. Их стабильность на определенных секторах рынка создает возможности для развития производства. Иными словами, наличие устойчивой структуры позволяет проводить мероприятия для выпуска новой продукции, что в свою очередь является основой для создания новых рабочих мест. Развитость именно структурных связей в потребительском рынке позволяет формировать условия для образования новых рабочих мест и одновременно обеспечивать население товарами массового спроса.

Вопросы, касающиеся учета движения капи-

тала, использования разнообразных расчетных документов, страхования бизнеса, минимизации налоговых отчислений, через которые осуществляется переплетение взаимных интересов, в данном документе не освещаются.

Это не означает, что они не должны быть в центре внимания менеджмента при осуществлении проекта по формированию структуры. Основная задача – иллюстрация концепций по формированию структуры субъектов рынка, каждый из которых имеет специфическую цель, но осуществляют единую корпоративную стратегию, что может быть описано через структурный механизм.

Структура является устойчивой и способной к развитию только в том случае, если взаимоотношения ее субъектов построены на минимизации рисков. Поэтому структурные проблемы в первую очередь будут рассмотрены с позиций минимизации рисков. Минимизация рисков происходит при специализации каждого из участников процесса в своей сфере деятельности.

Структура потребительского рынка отражает все элементы рынка, выработанные к настоящему времени, т.е. содержит все три принципа организации: матричный (для структуры в целом), дивизиональный (для компаний) и административный (для отдельных предприятий). Совокупность этих принципов позволяет использовать максимальное число коллективных и частных мотиваций и учитывать различные специфики в зависимости от места в общей структуре каждого элемента. Комплексный подход, как показывает мировая практика, обеспечивает достижение максимальной эффективности.

Структура цементируется именно теми секторами экономики, которые не занимаются непосредственным производством товаров. С одной стороны, очевидно, что без производства посредники существовать не могут, а с другой стороны, эффективный сбыт и инвестиционная деятельность в условиях рынка не могут быть налажены, если отсутствует достаточно сложная и согласованная структура. Посредники снимают с производства несвойственные ему риски.

Производственная сфера России в современных условиях находится в зоне очень больших рисков, что является одной из причин ее кризисного состояния. Без развития малого бизнеса в сфере продвижения продукции (продажа, послепродажное обслуживание, разнообразные услуги) не могут эффективно работать предприятия, чья продукция направлена на удовлетворение спроса многочисленных покупателей (от продовольствия и одежды до автомобиля и жилья). Структура потребительского рынка, практически цементируется взаимодействием разнообразных фирм и ком-

паний малого и среднего бизнеса. Их бизнес существенным образом отличается от бизнеса тех, чьи товары не являются товарами массового потребления (от мебели до сотовой связи).

Каждый потребительский рынок имеет свои структурные особенности, но при этом им свойственны и общие основы построения. Рынок – это риски. Структура – это система перераспределения и минимизации рисков. Очевидно, что продавец, реализующий хлеб, несет свои специфические риски. Но и производитель хлеба также функционирует в условиях риска, как и производитель оборудования для хлебозаводов. Риски полностью покрыты лишь тогда, когда хлеб продан.

Таким образом, наиболее сложные риски возникают у производителей оборудования. До тех пор, пока не будет отлажена информационная связь на всех уровнях данной цепочки, риски производителей оборудования невозможно будет минимизировать. Следовательно, риски производителей оборудования зависят от того, как организован их информационный обмен с малым бизнесом. На рынках товаров массового спроса действует огромное количество субъектов рынка. Эффективное управление ими не может происходить директивным образом.

Система взаимоотношений требует наличия кредитов как денежных, так и товарных. В процессе кредитования внутри потребительского рынка имеют место различные обязательства, которые обусловлены предположением о наличии рынка капиталов. Именно капиталы с их стоимостными особенностями и являются основным рыночным механизмом по минимизации рисков. Есть капиталы, которые в форме акций и облигаций продаются и покупаются на фондовых биржах, но основная масса капитала малого и среднего бизнеса обращается внутри отдельной структуры.

Многие предприятия России обладают необходимыми возможностями для выпуска конкурентоспособной продукции. Более того, такую продукцию они выпускают. То, что их мощности не загружены в полном объеме, объясняется отсутствием эффективной структуры для реализации производимой продукции. Именно это – основа многих других отрицательных факторов, в том числе и тех, которые называются наиболее часто: недостаток оборотных средств и взаимные неплатежи. Вот почему описание потребительского рынка целесообразно начать не с производства, а с торговли, т.е. тех субъектов потребительского рынка, в прямую задачу которых входит продвижение товаров на рынки сбыта.

Бизнес-план для большинства предприятий в такой структуре можно будет стандартизировать. В этом случае издержки, связанные с проработ-

кой инвестиционного процесса, уменьшаются и делают возможным развитие малого и среднего бизнеса. Он должен будет определить позиции по возвращению средств с учетом доходов внутри самой структуры от различных субъектов потребительского рынка. Бизнес-план должен будет учитывать интересы различных участников процесса, их взаимодействие и продажу акционерного капитала на различных стадиях внедрения процесса в практику.

Наличие структуры позволяет кредитовать предприятия и выводить их на устойчивый уровень развития. Кредитование сбытового сектора в рамках структуры позволяет производителям продукции увеличить свои оборотные средства, так как у них появляется возможность уменьшить объемы товарных кредитов, а в дальнейшем расплатиться с банком. Структура позволяет более активно включить малый и средний бизнес в процессы накопления инвестиционного ресурса.

Очевидно, что формирование описанной структуры не может произойти быстро, но ее создание, как стратегическая цель, позволит контролировать определенный сектор рынка продуктов массового потребления. В настоящее время почти все компоненты потребительской рыночной структуры существуют. Остается только согласовать действия каждого отдельного участника процесса и определить последовательность реализации этапов по замыканию финансовых и информационных потоков в общих интересах в системе единого потребительского рынка. В выигрыше будут те субъекты рынка, которые первыми смогут наметить общие пути развития и осуществлять их совместными усилиями, распределив между собой сферы ответственности и интересов.

Возможности стимулирования развития малого бизнеса. Наиболее целесообразно создание структуры рынка начать под наиболее массовые товары, потребление которых естественно как для бюджетных учреждений, так и для населения. Таким товаром, бесспорно, являются продукты питания. Они поступают в дошкольные и школьные учреждения, в клиники и пансионаты. Данные продукты должны быть высококачественными, так как рассчитаны на потребление детьми, пожилыми людьми и больными. Именно таких продуктов питания, включая диетическое питание, в настоящее время недостаточно даже в Москве, а тем более в других регионах России. Таким образом, данная сфера деятельности позволяет повышать качество продукции и качество обслуживания.

В настоящее время специальные уполномоченные бюджетных учреждений сами заботятся о том, чтобы обеспечить свои столовые необходимыми продуктами питания. Если вдруг у постав-

щика отсутствует необходимый продукт, то уполномоченный самостоятельно ищет его или продукт-заменитель на рынках. Поиском должен заниматься поставщик, так как именно он способен это осуществлять более профессионально. В этом же направлении должна вестись работа по повышению качества услуг.

Необходимо также, чтобы поставляемые продукты все в большей степени соответствовали современным требованиям санитарии. А это уже потребует фасовки малых размеров, доводя ее объемы до разовых приемов пищи. Таким образом, очевидно, что продовольственная ниша является перспективной, и на ее базе можно начать формировать структуру, которая будет динамично развиваться в дальнейшем. Необходимо не просто сформировать структуру, а такую, которая в дальнейшем способна к саморазвитию. Если бы больнице, школе или другому бюджетному учреждению требовалась бы только продукция данного предприятия, то они могли бы заключить прямые связи по поставкам и никаких посредников им уже не требовалось. Более естественно, что предприятие специализируется, например, на производстве молочной продукции, но не производит хлеб и не имеет овощной продукции. Оно не будет заботиться о том, чтобы закупить недостающую продукцию у других предприятий. Этим должен заняться посредник, который сумеет комплексно осуществить все поставки.

Рассматриваемая структура будет дееспособной только при условии, если учитываются интересы и мотивации всех основных ее звеньев. Координация распространяется от выработки единой стратегии развития до координации отдельных конкретных мероприятий, к примеру – в области потребностей потребителей (материальные потоки) или отслеживания финансового состояния субъектов данной структуры и определения на их базе ценовой политики (финансовые потоки). Координация должна осуществляться на основе совместных решений директоров основополагающих субъектов структуры и региональных органов власти. В юридическом отношении это может быть оформлено самым различным образом: от неформального совета, ассоциации до регистрации управляющей компании (определяется согласованной стратегией). Но в любом случае работа координационного центра должна основываться на работе информационного центра, способного аккумулировать в своих недрах необходимую информацию и проводить аналитические исследования. Информационный центр собирает сведения о том, какая продукция и в каком объеме должна быть доставлена в то или иное бюджетное предприятие или в ту или иную торговую точку. На базе

поступившей информации принимаются решения, связанные с товарными и финансовыми потоками. Координация осуществляется не только в сфере, связанной с повседневной деятельностью, но и по ценовой политике на перспективу.

Формирование структуры должно начинаться со структурообразующих предприятий перерабатывающей промышленности. Естественно, что структурообразующее предприятие не может быть банкротом или находиться в предбанкротном состоянии. В противном случае построение структуры будет обречено на неуспех. Сказанное не означает, что предприятие должно быть обязательно лидером в своей области. Если его продукция в целом удовлетворяет потребителя, а финансовое состояние предприятия нестабильно из-за низкой его загруженности, то можно его включить в качестве структурообразующего, но лишь по окончании процесса финансового оздоровления. Вот здесь госзаказ может сыграть свою существенную роль. Предположим, что его получение приводит предприятие к финансовому оздоровлению. К нему начинают примыкать фасовочно-сбытовые компании. Те в свою очередь заинтересованы в поисках новых ниш на рынке, что в свою очередь способствует дальнейшему улучшению финансового состояния, к снижению себестоимости выпускаемой продукции. Согласованная работа дает возможность описать товарные и финансовые потоки, показать стабильность рынков сбыта. Это в свою очередь создает условия для привлечения инвестора. Любой стратегический инвестор стремится к совершенствованию и расширению структуры. Тем самым создается механизм по созданию новых рабочих мест.

Механизм реализации региональной промышленной политики в условиях кризиса. Концепция промышленной политики региона должна содержать:

- описание состояния промышленности на основе регулярно проводимого мониторинга промышленных предприятий;
- диагностику динамики развития промышленного комплекса;
- анализ причин, породивших проблемы для функционирования промышленных предприятий;
- цели администраций региона и роль структурообразующих предприятий для экономики региона;
- стратегию развития промышленности региона;

– возможные сценарии развития отдельных секторов промышленности;

– описание наиболее приемлемого варианта развития, пути его реализации и задачи структур управления на различных уровнях;

– пути выхода из кризиса на основе устранения причин его породивших;

– механизм подготовки, принятия и поддержки решений;

– механизм реализации решений;

– принципы взаимодействия с федеральными властями;

– принципы взаимодействия с администрациями других регионов;

– формы поддержки и содержание помощи промышленным предприятиям;

– требования к регионообразующим предприятиям для включения их в систему региональной поддержки;

– связь программ при реализации промышленной политики с другими программами региона;

– принципы формирования целевых проектов.

Концепцию промышленной политики необходимо постоянно дорабатывать, так как совершенствуются и усложняются коммерческие структуры, порядок взаимодействия между ними и административными структурами региона, а также в результате развития законодательной базы России. Регулярная работа по доработке концепции возможна только при наличии информации, позволяющей принимать обоснованные решения. Концепция промышленной политики, принципы ее реализации и проведение конкретных мероприятий по ее осуществлению должны быть открытыми для общественности. Далее в разделе приводятся краткие описания элементов структуры принятия решений по промышленной политике (либо, в крайнем случае, по антикризисной программе).

Могут быть созданы следующие элементы структуры: совет по целевым программам региона, фонд (или бюджет) развития (целевых программ), комиссия по привлечению инвестиций в регион.

Литература

Байкалов С.П. Системный анализ проблем промышленного развития региона: Монография. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2000. 290 с.