

нальной структуры рынка недвижимости региона должно базироваться на признании равнозначности институциональной среды и организационной структуры, поскольку уровень развития институциональной среды определяет уровень развития организационной структуры, однако, в случае, если уровень развития институциональной среды не адекватен уровню развития организационной структуры, формируются неформальные нормы и правила, что ведет к институциональным изменениям и трансформации институциональной структуры. При этом, с точки зрения, стратегического развития рынка недвижимости региона, необходимо, чтобы данные изменения приводили к институциональному развитию данного рынка и снижению трансакционных издержек.

Рынок недвижимости демонстрирует многообразие трансакционных издержек, связанных как с физическими и экономическими особенностями самих объектов недвижимости как товара и капитала, так и со сложными совокупностями прав, которыми обмениваются правообладатели в процессе совершения сделок на рынке недвижимости. Опыт функционирования рынков недвижимости в развитых странах показывает, что при сделках с коммерческой недвижимостью общие затраты на проведение сделки купли-продажи составляют до 2-3% от цены недвижимости, при сделках с жилой недвижимостью величина прямых трансакционных издержек может составлять до 5-8 и более %.

Как показывает опыт формирования рынка недвижимости в Санкт-Петербурге, общая величина издержек при проведении сделок с жилой недвижимостью на первом этапе развития рынка недвижимости составляла в денежном выражении до 10% от цены объекта. С ростом конкуренции на рынке брокерских услуг, с упорядочиванием системы тарифов на услуги, оказываемые государственными и муниципальными учреждениями эта величина имеет некоторую тенденцию к снижению, прежде всего, в связи со снижением уровня комиссионного процента (с 8-10% до 3-5%, а иногда и менее) и, тем не менее, она остается весьма существенной величиной. На сложность измерения трансакционных издержек указывают практически все исследователи. При анализе проблемы трансакционных издержек применительно к рынку недвижимости необходимо учитывать, что рынок недвижимости является особым сектором рыночной экономики, отличающимся по ряду параметров от иных отраслевых рынков, например, фондового рынка. К числу таких параметров могут быть отнесены:

- более низкая ликвидность товаров на рынке недвижимости, обусловленная уникальностью обращающихся объектов (высокий уровень специфики активов) и значимостью правовых аспектов при сделках с недвижимостью;

- слабость механизмов саморегулирования рынка через механизмы взаимодействия спроса и предложения;

- редкость сделок для их участников;

- длительность и многоступенчатость сделок, обуславливающую высокую роль трансакционных издержек, не принимающих непосредственно денежную форму;

- более высокую роль государственных учреждений и организаций при проведении сделок в качестве не только органов регулирования, но и элементов инфраструктуры рынка;

- высокую зависимость локальных рынков от местного законодательства;

- сложную внутреннюю структуру рынка недвижимости, включающую в себя сегменты, существенно различающиеся друг от друга как по структуре, так и по величине трансакционных издержек.

Отмеченные особенности оказывают существенное влияние на специфику формирования трансакционных издержек на рынке недвижимости, возможности их оценки и снижения. Анализ основных подходов к методологии оценки трансакционных издержек, показывает, что из возможных методов количественной оценки наиболее приемлемым является метод, основанный на прямом анализе издержек трансакции для отдельных покупателей и продавцов (метод прямого расчета издержек процесса совершения сделки для продавца или покупателя). Вместе с тем, возможность количественной оценки трансакционных издержек позволит регулировать их уровень в целях снижения их величины, приходящейся на одну сделку (трансакцию) с недвижимостью и отслеживать процесс институционального развития рынка недвижимости в целом.

В идеале необходимо создание четкой и системной институциональной стратегии развития регионального рынка недвижимости, определяющей приоритеты направлений формирования институциональной структуры и основных институтов, основанной на основополагающих целях и критериях развития рынка недвижимости региона.

ТРЕНИНГ КОНСАЛТИНГ ЦЕНТР – НОВЫЙ ЭТАП ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Брынцев А.Н.

*Институт исследования конъюнктуры оптового рынка
Москва, Россия*

Мир стремительно приближается к новому этапу оценке продуктов - информации. Процесс похож на цепную реакцию: для оценки технических параметров необходимы новые единицы измерения байты, биты. Параметры оценки информации входят в разные отрасли человеческой

жизнедеятельности: техника, экономика, социология, что приводит к качественному изменению: информация становится мерилом, эталоном денег. Помните, кто владеет информацией, тот управляет миром.

Следствием информатизации общества, качественно меняется макроэкономика, ростки изменения проникают в мезо- и микроэкономики, логичным становится создание новых структур, которые гармонично вписываются в процесс развития бизнеса в целом, и созданием новых предприятий в частности.

Мировая практика показывает стремительное возрастание материальных потребностей людей, которые пытается удовлетворить научная и техническая мысль. Рыночная экономика в целях обеспечения возрастающей прибыли ориентирует производство и сферу услуг на удовлетворение интересов потребителя.

Государство не вмешивается непосредственно в процесс производства и обращения, но вместе с тем определяет важнейшие правила рыночного хозяйства для всех видов деятельности и особые правила для наиболее важных отраслей производственной и непроизводственной сферы.

И всё же человеческое общество испытывает разочарование и тревогу за своё будущее, которое как никогда туманно. Наука и общество не могут дальше развиваться в соответствии с собственной логикой развития, мировая экономика в целом и российская в частности, требуют новых подходов в практике хозяйствования и открывают ряд серьезных проблем перед экономической наукой. Достаточно указать на тот факт, что в промышленности происходит не только замедление роста, но и абсолютное падение объемов производства - если считать итоги каждого месяца по сравнению с предыдущим месяцем.

А ведь экономический рост России непосредственно связан с подъемом промышленности. При этом необходимо не только преодолеть структурную деградацию и спад в промышленности. Важно, чтобы развитие промышленности происходило на основе улучшения управления, эффективного использования научно-технического потенциала, обеспечивающего внедрение ресурсосберегающих, наукоемких и высоких технологий постиндустриального типа.

Именно вопросы управления и призваны решать консалтинговые компании: от повышения профессионального уровня работников компаний до привлечения инвестиций и оценки рисков бизнеса.

Нестабильность экономической среды, обуславливающая высокую степень риска, особенно отрицательно сказывается на капиталоемких инвестиционных планах со значительным сроком окупаемости. Снижение склонности к инвестированию в российских условиях происхо-

дит на уровне предприятий, коммерческих банков и иностранных инвесторов.

Углубление процессов дифференциации регионов России по показателям социального и экономического развития, рост финансовой самостоятельности субъектов РФ, переход к использованию новых методов воздействия на макроэкономические и микроэкономические процессы как в формате страны, так и в пределах отдельных регионов делает особо значимым выявление методологических особенностей политики в области управления народным хозяйством в России на текущем этапе.

По мнению автора, не последнюю роль в экономике региона и, в известной мере, в национальном масштабе могут играть тренинг консалтинг центры (ТКЦ). Именно информатизация общества, интеллектуализация экономики привело к созданию тренинг консалтинг центров в рамках малого и среднего бизнеса. Они могут быть разными с точки зрения секторов экономики, видов и оказываемых услуг, ориентации на потребителя, широты коммерческих предложений, экономической эффективности, поэтому консалтинговые центры, в зависимости от их целевой направленности, автор условно разделил на два основных типа:

1. Открытые Тренинг Консалтинг Центры (ОТКЦ) предназначенные для развития институтов гражданского общества, укрепления партнёрских связей отдельными фирмами, между странами, а также ориентированных на ускорение притока иностранных инвестиций и активизацию предпринимательской деятельности. Это, так называемые, "некоммерческие центры".

2. Бизнес Тренинг Консалтинг Центры (БТКЦ). Автор назвал их коммерческими центрами. Создаются как бизнес единицы, способные собрать достаточно большую клиентскую базу, зарабатывать высокую прибыль, а так же играть роль катализатора для экономического развития малого и среднего бизнеса, стимулирования промышленно-депрессивных и отсталых районов.

Совсем недавно, а именно осенью 2005 года автору этой статьи посчастливилось принять участие в проекте, который делала на территории Калининградской области голландская организация PUM. Именно потому, что это не носит массовый характер, была редкая возможность подробно ознакомиться с этой системой и провести, так сказать, полевые исследования на практике. Идеальные условия в этом плане складывались еще и потому, что предварительно удалось познакомиться с базовым терминологическим аппаратом, лежащим в основе теоретических и практических методик данной организации. Письменные материалы были любезно предоставлены одним из экспертов PUM доктором социологии Jan Westerlaak, при помощи которого и была ор-

ганизована эта поездка, которая переросла в творческий союз.

Голландия оказалось одной из первых стран, которая восприняла идею создания Открытых Тренинг Консалтинг Центров, т.к. была готова к этому.

В экономической науке существует понятие "голландской болезни", сырьевого избытка, от которого Голландия страдала в 1970-е годы, после того как там были обнаружены запасы газа. В общем виде это значит, что сырьевая промышленность во времена подъема расширяется за счет других отраслей, высокие доходы от экспорта приводят к ревальвации валюты и к снижению конкурентоспособности других отраслей экономики на мировом рынке. С нашей точки зрения Голландия сумела справиться с этой болезнью, тем самым заложила фундамент для развития креативной экономики. На сегодняшний день уже создано три ОТКЦ под руководством г-на René van den Broek, доктора социологии Emile F. Hitijahubessy и г-на Ir. Sami Khelifi.

Данные организации начинают развиваться в Европейских странах, находят реальную финансовую поддержку на уровне правительства и министерств. В ряде стран созданы комплексные центры, предусматривающие использование механизмов, характерных для нескольких перечисленных выше типов.

Именно поэтому представляется целесообразным рассмотреть вопросы построения тренинг консалтинговых центров.

При любой трактовке понятия ТКЦ, специфическими его задачами считаются следующие:

- кооперация и коммуникация;
- прогнозирование спроса и производства в рамках текущего и стратегического планирования деятельности предприятий;
- комплексное решение проблемы оптимизации процессов трудоустройства. При этом решаются вопросы о создании новых рабочих мест на полигонах малого и среднего бизнеса, рациональном распределении функций между работодателем и работником;
- идентификации новых торговых зон на основе группировки потребителей в креативной экономике;
- определение экономически целесообразных масштабов и уровней информационного обслуживания потребителей;
- построение модели инкубатор системы для каждого конкретного субъекта малого бизнеса и исследование условий устойчивости ее функционирования;
- набор научных задач, связанных с созданием технологических структур автоматизации обучения и развития устойчивых навыков в различных сферах предпринимательской деятельности;
- применением гибких интернет систем;

Разумеется, перечисленными задачами не исчерпывается круг проблем, охватываемых ТКЦ.

Под тренинг консалтинг центром следует понимать информационно коммуникационную компанию, занимающуюся вопросами управления организацией, обучения персонала и обеспечения взаимодействия между компанией и ее рынками.

Это определение раскрывает два аспекта ТКЦ. Функциональный, связанный с прохождением информационного потока, и институциональный, связанный с выбором средств для достижения поставленной цели. Эффективное выполнение этих функций служит достижению конечной цели рыночной стратегии компании – наиболее полное удовлетворение потребителей за счет доступности необходимой им информации, создание устойчивых коммуникаций.

Ядром концепции тренинг консалтинг центра является системный подход к управлению, предполагающий интеграцию всех функциональных сфер, связанных с обслуживанием различных групп клиентов, и учет взаимозависимостей между ними.

Выделяются две основные группы взаимосвязей: взаимодействия "поведенческого" характера между организациями и организационными структурами, формирующими бизнес сообщество (т.е. конфликты или кооперация между ними) и взаимосвязи между основными функциональными сферами, составляющими так называемую "матрицу тренинг консалтинг центра": коммуникация, инкубация, информационное обеспечение.

В экономической литературе, отражающей опыт создания новых систем, выделяют следующие основные стадии: постановка целей системы; определение текущего состояния (путем внешнего и внутреннего аудирования); создание и рассмотрение альтернативных проектов системы; выбор оптимального варианта системы, его внедрение и контроль. Концепция ТКЦ представляет жесткие требования к процессу целеположения. Каждая цель должна иметь качественную и количественную характеристики и временной интервал, отводимый на достижение цели.

Для постановки целей ТКЦ можно использовать "метод миссий", который достаточно хорошо зарекомендовал себя на практике. Миссия представляет собой комплекс целей системы, определяемых для каждого вида товара и сегмента рынка. Миссии "пересекают" основные, функциональные сферы системы, определяя тем самым тот вклад, который каждая из подсистем должна внести для достижения общей цели системы. Подцели агрегируются на высшем уровне управления компанией в общую логическую цель, определяющую стратегию системы.

Внутренний аудит ведется по каждой "миссии". Одновременно выполняется анализ структуры предприятия. Он позволяет опреде-

лить структуру издержек системы и выявить основные резервы их экономики. Это дает возможность высшему звену управления сделать выбор между альтернативными проектами, разрабатываемыми тренинг консалтинг центрами.

Бурное развитие компьютерной техники и информационной технологии создает основу для непрерывного совершенствования информационной системы ТКЦ. Однако между признанием тренинг консалтинг центров в качестве основы управлеченческой философии малого- среднего бизнеса и созданием эффективной компании лежит долгий и трудный путь. Таким образом, следует особо обратить внимание на голландский опыт создания и функционирования ТКЦ, которые при правильной постановке дел не становятся виртуальными компаниями, отгораживающими от остальной экономики страны, а превращаются в локомотивы экономического роста региона и государства в целом, играя для них роль своеобразного "катализатора идей".

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ЦЕН И ДОХОДОВ НА ПОКУПАТЕЛЬНУЮ СПОСОБНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Верзакова Е.А.

*Южно-Уральский государственный университет
в г. Златоусте
Златоуст, Россия*

Способность потребностей изменяться под влиянием дохода и других факторов называется **эластичностью**. Спрос на товары на рынке эластичен, изменчив, подвержен влиянию различных социально-экономических факторов, в первую очередь – цены и дохода.

В работе приведены расчеты двух вариантов эмпирических коэффициентов эластичности, каждый из них несет свою смысловую нагрузку и позволяет делать определенные выводы. Для расчета коэффициентов эластичности были условно приняты цены на основные продукты питания по г. Челябинску в декабре 1995г. и 2006 г., величина потребления продуктов питания и среднедушевой доход – в среднем по области.

Спрос на продовольственные товары, как правило, является малоэластичным; при этом коэффициент эластичности, характеризующий зависимость спроса от цены или дохода, по модулю меньше единицы.

Ценовую эластичность спроса в большей мере характеризуют коэффициенты эластичности, рассчитанные как **процентное изменение потребления товара в зависимости от изменения нормированных цен** (т.е. выраженных как доля цены в доходе).

Расчеты показали наличие существенной дифференциации эластичности спроса между товарами. Спрос на молоко и молочные продукты, яйца, хлебные продукты, овощи и бахчевые

неэластичен. Так, при росте цен на один процент, спрос уменьшается: молоко и молочные продукты – 0,02 процента; овощи и бахчевые – 0,04 процента; хлебные продукты – 0,07 процента; яйца – 0,2 процента.

В то же время, при росте цены на один процент, спрос на следующие товары уменьшается гораздо значительнее: сахар – 0,4 процента; мясо и мясопродукты – 0,7 процента; масло растительное – 0,9 процента; фрукты – 1,3 процента.

Коэффициенты эластичности, рассчитанные как **процентное изменение потребления товара при изменении покупательной способности**, показывают зависимость спроса от совокупного влияния факторов дохода и цен. При росте покупательной способности (вследствие роста среднедушевого дохода или снижения цен) на один процент покупка увеличивается: молоко и молочные продукты – 0,005 процента; овощи и бахчевые – 0,01 процента; хлебные продукты – 0,02 процента; яйца – 0,05 процента; сахар – 0,1 процента; масло растительное – 0,16 процента; мясо и мясопродукты – 0,4 процента; фрукты – 0,5 процента.

Вывод: спрос на продовольственные товары является малоэластичным. При росте цен спрос практически не уменьшается на молоко и молочные продукты, яйца, хлебные продукты, овощи и бахчевые; более заметно уменьшается на сахар, мясопродукты, масло растительное, фрукты. При росте покупательной способности спрос на молоко и молочные продукты, яйца, хлебные продукты, овощи и бахчевые практически не увеличивается; незначительно увеличивается на сахар, мясопродукты, масло растительное, фрукты.

Следует отметить, что спрос на определенный вид продуктов зависит не только от цен на данный вид продуктов, но и от цен на другие виды продуктов. Распространенным методом выявления такой зависимости является расчет эмпирического **коэффициента перекрестной эластичности**, который характеризует эластичность структуры спроса, вытеснение одного товара другим под воздействием ценового фактора.

В работе были рассмотрены зависимости спроса от цен на хлебопродукты, масло растительное, мясопродукты и молочные продукты и получены следующие **выводы**: коэффициент перекрестной эластичности, показал, что наиболее зависимым спросом не только от цен на данный вид продуктов, но и от цен на другие виды продуктов является спрос на масло растительное, мясопродукты, хлеб и хлебопродукты.

Спрос на масло растительное наиболее эластичен из анализируемых товаров. Особенно резко возрастает спрос на масло растительное (на 24,3%; 10,5%; 7,7%; 6,7% соответственно) при увеличении на один процент цен на молочные продукты, мясопродукты; овощи, хлебопродукты; в меньшей степени – на яйца. Таким образом, **рост цен на молочные продукты, мясопродук-**