

особую стратегическую роль в обеспечении конкурентоспособности государства.

Жёсткая борьба за господство, а иногда и просто присутствие на мировых рынках, обеспечивается мощью национальных корпораций, на поддержку которых государством затрачиваются значительные ресурсы.

Основным назначением крупного бизнеса является отстаивание внешних экономических интересов государства. Тогда как малый и средний бизнес призваны обеспечить внутреннюю стабильность государства, защитить его от социальных потрясений и экономических кризисов. Международная практика показывает, что малый и средний бизнес во многом определяет основные показатели экономического развития: темпы экономического роста, структуру валового национального продукта, уровень занятости и т.д.

Уже сегодня предприятия малого и среднего бизнеса обеспечивают занятости почти 50% трудового населения планеты и в отдельных странах производят до 60% национального продукта. В ходе изучения ситуации было выявлено четыре основных формы продвижения инноваций:

1. Инновационная внутренняя среда (структура фирмы): электронный документооборот, использование электронных систем оплаты, в т.ч. и оплаты труда, аутсорсинг, сервейнг и т.д.

2. Инновационная продукция (выпуск продукции или использование технологий).

3. Инновационная внешняя среда – возможность работы на высокотехнологичных рынках. Примером может являться создание «Кремневой долины» в США, Инновационного центра в г. Сколково в РФ и т.д.

4. Инновационная стратегия развития бизнеса.

В последнем направлении понятие «инновационное» является наиболее условным, так как новейшие стратегии для России в ведущих странах мира отметили своё двадцатилетие, а иногда и сорокалетие. Положительным является хотя бы то, что активно используются лизинговые и франчайзинговые схемы развития бизнеса.

Рассмотрим практическую реализацию действий, направленных на инновационное развитие малого и среднего бизнеса, на примере Хабаровского края – наиболее промышленно-развитого региона Дальнего Востока.

Внешний фон функционирования малого и среднего бизнеса в нашем регионе характеризуется как негативный. Данная оценка формируется под воздействием объективных факторов: географические, природно-климатические условия и т.д.

В настоящее время администрация края решает задачу по корректировке структуры малого и среднего предпринимательства в пользу производства и связанных с ним отраслей транспорта, связи, строительства и т.д.

Действия администрации реализуются в виде комплекса мероприятий, направленных на поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства. Для этих целей разработана и утверждена муниципальная целевая программа «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Хабаровском крае на 2011-2013 годы». В соответствии с данной программой инновационная деятельность малого и среднего бизнеса является приоритетным направлением при оказании муниципальной поддержки.

В результате, по состоянию на 2012 год, такие отрасли как связь транспорт, строительство показали суммарный рост в общей структуре на 2%. В настоя-

щее время наблюдается высокая инвестиционная активность малого и среднего бизнеса, в том числе и в производственной сфере

Для дальнейшего развития малого и среднего бизнеса предпринимательства в приоритетных для Хабаровского края сферах необходимо реализовать следующие мероприятия:

1. В проекте муниципальной целевой Программы «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Хабаровском крае на 2014-2016 годы» предусмотреть мероприятия направленные на продвижение всех основных форм инновационного развития бизнеса.

2. На базе объектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, действующих в крае, создать площадку для постоянного контакта между научными организациями и предприятиями края.

3. Разработать комплекс мероприятий по привлечению иностранных инвесторов.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Макова А.С.

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва,
e-mail: anechka_makova@mail.ru*

Имитационное моделирование – эффективное средство исследования и проектирования сложных экономических систем в современном мире.

Потребность в имитационном моделировании возникает в связи с дорогими и/или невозможными исследованиями над реальным объектом, а также из-за большой продолжительности проведения в полном объеме времени. Следовательно, актуальность моделирования будет повышаться с течением времени.

Сфера применения имитационных моделей настолько велика, что это дает возможность наиболее широко применять приобретенные навыки в той или иной области. Моделирование получает применение в различных отраслях:

- Информационная безопасность
- Динамика населения
- Боевые действия
- Экономика здравоохранения
- Сервисные центры
- Цепочки поставок
- Исследование исторических процессов
- Управление проектами
- Производство
- Рынок и конкуренция
- Уличное движение
- Экосистема
- Логистические системы

Изначально появился аналитический подход к исследованию систем. Исследование работы больших систем, благодаря этому методу, приводит к значительным трудностям, которые способствуют появлению необходимости делать модели проще или на этапе их создания, или в момент непосредственной работы с ними, из-за чего возникает вероятность появления неверных результатов.

Чем быстрее развивается общество, тем сложнее становятся реальные системы, поэтому возникает вопрос о сложности имитационных моделей. Сейчас компьютерные технологии позволяют справиться с этим вопросом. Возникает возможность сгенерировать скомбинированные, имитационно-аналитические модели, учитывающие весь полиморфизм, име-

ющий место в реальных системах, т. е. применения моделей, более адекватных исследуемым явлениям.

Возможности специалиста имитационного моделирования для исследования систем будут становиться все больше и больше благодаря развитию вычислительной техники. Тем самым, основной перспективой имитационного моделирования является совершенствование научного фундамента в соответствии с новыми инфо-технологиями в научных исследованиях.

Эффективность и различные успехи в разнообразных областях науки и техники неразрывны с процессом совершенствования вычислительных машин. Область использования вычислительных систем – стремительно развивающаяся ветвь человеческой практики, дающая стимул развитию новейших теоретических и прикладных направленностей. Стало возможно решать математические задачи такой сложности, которые в недавнем прошлом казались не реализуемыми, благодаря ресурсам информационно-вычислительной техники нашего времени, к примеру, анализ громоздких систем.

Достижения имитационного моделирования стремительно улучшаются с увеличением быстродействия и ОЗУ (оперативное запоминающее устройство), с усовершенствованием математического обеспечения, улучшением баз данных и периферийных устройств, для структурирования диалоговых систем моделирования. Развитие имитационного моделирования приведет к появлению новейших способов решения задач и анализа больших систем, в основу которых входит организация имитационных исследований с их моделями.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ SAAS-БИЗНЕСА

Марченко А.Н.

Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва,
e-mail: 4man@mail.ru

SaaS (Software as a Service, Программное обеспечение как сервис) – бизнес заключается в поставке программного обеспечения способом, при котором само программное обеспечение и связанные с ним данные находятся в хранилище, в облаке, а доступ обычно осуществляется пользователями через легкий клиент посредством веб-браузера. Поэтому в большинстве случаев SaaS является синонимом интернет-сервиса.

Мировой финансовый кризис 2008 года показал, что темпы роста прибыли недостаточны для оценки быстрорастущих SaaS-компаний: несмотря на продолжившийся экспоненциальный рост прибыли, корреляция между темпами роста прибыли и текущим коэффициентом P/E (соотношением цена / прибыль на акцию) может отсутствовать.

Поэтому инвесторам, собственникам и менеджерам нужен адекватный инструмент для измерения эффективности и установления целей для SaaS – компаний, новые показатели для отслеживания компонентов, формирующих стоимость компании и выступающих индикаторами ее эффективности.

Ключевые показатели для выживания SaaS-бизнеса:

1. Доходность. Не требует дальнейшего объяснения, потому что жизненно важна для любого бизнеса.

Может быть полезно посмотреть на факторы, определяющие доходность, в пересчете на единицу персонала. Это позволит сравнить бизнес с аналогами. Необходимо общую цифру расходов (а не только расходов на персонал) поделить на общее число сотрудников. Очевидно, что для того чтобы бизнес оставался доходным в долгосрочной перспективе,

выручка на единицу персонала должна расти быстрее чем расходы, с учетом валовой прибыли.

2. Остаток денежных средств – для обеспечения положительного денежного потока. И здесь ключевой показатель – количество месяцев, в течении которых доходы (платежи) от пользователя покроют все расходы на привлечение этого пользователя (CAC).

Положительный денежный поток критичен для SaaS-бизнеса, так зачастую необходимы значительные первоначальные вложения для привлечения новых клиентов, тогда как поступления от текущих пользователей приходят небольшими суммами и растянуты во времени.

Эта проблема отчасти может быть решена путем заключения долгосрочных контрактов и стимулирование покупателей платить авансом. Это может означать разницу в необходимости привлекать венчурный капитал и делиться собственностью, либо быть способным развивать бизнес за счет самофинансирования. Имея значение стоимости капитала, вы можете посчитать какой дисконт имеет смысл (если капитал дешевый и свободнодоступный, нет никакого смысла предоставлять большой дисконт).

Настраивая свою бизнес-модель, SaaS компании должны думать не только в категориях количества месяцев чтобы покрыть расходы на привлечение клиента (CAC), но также о объеме выручки в целом, необходимой для обеспечения операционной прибыли или следующего раунда финансирования. Компании должны делать прогнозы, используя эти метрики. Например, вычислить что если время для возврата расходов на привлечение клиентов составляет 12 месяцев, то в целом понадобятся ресурсы для финансирования расходов на привлечение клиентов в течении 12 месяцев плюс количество месяцев, необходимых для обеспечения дальнейшего роста и покрытия операционных расходов (в основном на разработку) прежде чем компания выйдет на положительный денежный поток (не говоря уже о прибыли). Поэтому менеджеры должны сфокусироваться на операционной прибыли, а не чистой прибыли.

Темпы роста. Он обычно бывает критическим фактором для завоевания лидерства на рынке. Очевидно, что как только компания начинает захватывать лидирующие позиции, продажи начинают автоматически увеличиваться, так как потребители предпочитают покупать у лидера, и рыночный лидер более всего обсуждается в прессе, блогосфере, социальных медиа.



Вышеприведенные факторы жизненно важны для выживания стартапа. Как только бизнес проходит стадию стартапа, эти ориентиры становятся менее