

На правах рукописи

Дидык Сергей Владимирович

**РАЗВИТИЕ АЛКОГОЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО
КОМПЛЕКСА В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексамми - промышленность)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Ижевск – 2009

Диссертационная работа выполнена в Пермском филиале
Института экономики Уральского отделения Российской академии наук

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор
Пыткин Александр Николаевич

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Головина Ольга Дмитриевна

кандидат экономических наук, доцент
Шибанова Людмила Ивановна

Ведущая организация – ОАО «Научно-исследовательский
институт управляющих машин и систем»

Защита состоится: 26 января 2010 г. в 13.00 часов на заседании диссертационного совета ДМ.212.275.04 при ГОУ ВПО «Удмуртский государственный университет» по адресу: 426034, г. Ижевск, ул. Университетская, 1, корп. 4, ауд. 440.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», с авторефератом на официальном сайте ГОУ ВПО «УдГУ» <http://v4.udsu.ru/science/abstract>

Автореферат разослан 25 декабря 2009 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат экономических наук,
профессор

А.С. Баскин

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Кризисные явления в национальной и глобальной экономике показали, что необходимы новые подходы к развитию производственных комплексов, составляющих ядро российской экономики.

В хозяйственном комплексе страны особое место занимает алкогольный производственный комплекс. Специфика этого производственного комплекса обуславливается тем, что он, с одной стороны, производит продукцию не являющуюся социально необходимой, но в тоже время традиционно потребляемой в нашей стране. С другой стороны, его продукция несет в себе потенциал важного фактора формирования национального, регионального и местных бюджетов.

Производство продукции алкогольного производственного комплекса позволяет планировать определенные налоговые поступления в бюджет, и, тем самым, обеспечивать не только свое развитие, но и других производственных комплексов, а также влиять на экономику в целом.

На сегодняшний день ситуация на рынке алкоголя нестабильна, развито нелегальное производство алкогольной продукции. В связи с изменениями в государственной политике регулирования алкоголя многие предприятия покинули этот рынок, однако улучшения качества продукции, либо снижения уровня контрафакта не произошло.

Все это указывает на необходимость регулировать алкогольный производственный комплекс, учитывать особенности рынка алкоголя, а также гармонизировать интересы различных субъектов на рынке алкоголя.

Область исследования соответствует требованиям паспорта специальностей ВАК 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность): 15.2. Формирование механизмов устойчивого развития экономики промышленных отраслей,

комплексов, предприятий; 15.13. Инструменты и методы менеджмента промышленных предприятий, отраслей, комплексов.

Степень разработанности проблемы. Осознание необходимости регулирования рынка алкоголя России, и, как следствие региональных рынков алкоголя обуславливает возрастающее внимание к проблеме развития территориального алкогольного производственного комплекса.

Теоретические разработки о территориальных производственных комплексах зародились в работах ученых Колосовского Н. Н., Баранского Н. Н., Саушкина Ю. Г. и были развиты их последователями Агафоновым Н. Т., Бандманом М. К., Чистобаевым А. И., Александровым И. Г., Казанским Н. Н., Бурматовой О. П., Туркебаевым Э. А., Двоскиным Б. Я., Гуковым В. П. и другими.

Теория кластеров, имеющих общие черты с территориальными производственными комплексами, получила свое развитие в работах американского ученого Портера М. Ведущие российские ученые Кукольникова Е. А., Шаховская Л. С., Бородина Е. А., Ферова И. С., Ларина Н. И., Мосейко В. О., Фесенко В. В., Романова О. А., Лаврикова Ю. Г. развивают эту теорию применительно к рыночным условиям хозяйствования.

Стратегическое управление предприятиями исследовано в трудах таких зарубежных ученых как Портер М., Боумэн К., Дафт Р. Л., Диксон П. Р., Дэй Д., Котлер Ф., Мэскон М., Ансофф И., Акофф Р., Друкер П., и получило свое развитие в трудах российских ученых Львова Д. С., Гранберга А. Г., Егоршина А. П., Пыткина А. Н., Колобова А. А., Омельченко И. Н.

Развитие корпоративного управления в России, стратегическое управление развитием предприятий с учетом региональных особенностей раскрыто в работах таких ученых как Глущенко В. В., Гнатко В. С., Пефтеев В. И., Коренченко Р. А., Крейгман Ф. С., Кунявский М. Е., Терещенко В. М., Фатхутдинов Р. А.

Вместе с тем многие важные проблемы, возникающие в процессе функционирования алкогольного производственного комплекса, и связанные, в основном, с недостаточной эффективностью его функционирования, которая обусловлена несовершенством государственного регулирования, до сих пор остаются нерешенными. Кроме того, научно обоснованных рекомендаций, направленных на повышение эффективности механизма функционирования алкогольного производственного комплекса в конкурентной среде явно недостаточно.

Целью диссертационного исследования является обоснование теоретических положений и разработка методических рекомендаций по эффективному развитию алкогольного производственного комплекса в конкурентной среде.

Поставленная цель потребовала решения ряда взаимосвязанных задач, а именно:

- определить тенденции современного развития алкогольного производственного комплекса в конкурентной среде;
- выявить группы субъектов регионального рынка алкогольной продукции и их интересы в развитии производства алкогольной продукции;
- обосновать систему показателей сбалансированности интересов групп субъектов регионального рынка алкогольной продукции;
- разработать концептуальный подход к эффективному развитию алкогольного производственного комплекса на основе учета сбалансированности интересов групп субъектов регионального алкогольного рынка;
- предложить основные направления и методические рекомендации по повышению эффективности развития алкогольного производственного комплекса.

Объектом исследования является алкогольный производственный комплекс Пермского края.

Предмет исследования – организационно – экономические отношения, возникающие в процессе развития алкогольного производственного комплекса в конкурентной среде.

Теоретической и методологической основой исследования являются основные научные труды отечественных и зарубежных специалистов по проблемам развития территориальных производственных комплексов в рыночной экономике.

Основные методы исследования. В работе использованы общенаучные методы анализа и синтеза, системный подход, методы финансового, экономического и сравнительного анализа, стратегического управления, регрессионного анализа, экспертных оценок.

Информационной базой исследования послужили законодательные и нормативные документы федерального, регионального и отраслевого уровней, данные органов статистики, исследования рынка алкогольной продукции, данные бухгалтерской отчетности производителей алкоголя Пермского края: ООО «Арсенал – полисистем», ОАО «Пермалко», ОАО «Уралалко», материалы периодической печати.

Научная новизна результатов диссертационного исследования заключается в обосновании теоретических положений и разработке методических рекомендаций по эффективному развитию алкогольного производственного комплекса в конкурентной среде.

В процессе исследования получены следующие теоретические и практические результаты, определяющие научную новизну и являющиеся предметом защиты:

- уточнена трактовка понятия алкогольного производственного комплекса как составной части экономики региона, состоящей из совокупности независимых экономических агентов, производящих специфический продукт – алкогольную продукцию, и реализующих свои интересы;

- выделены основные группы субъектов алкогольного рынка

(производители, потребители, государство), их влияние на развитие алкогольного производственного комплекса и основные тенденции его развития;

- предложена методика оценки сбалансированности интересов на региональном рынке алкоголя;

- разработан концептуальный подход к эффективному развитию алкогольного производственного комплекса на основе учета сбалансированности интересов групп субъектов регионального алкогольного рынка;

- обоснованы мероприятия по повышению эффективности развития алкогольного производственного комплекса в конкурентной среде.

Практическая значимость работы состоит в том, что содержащиеся в диссертации практические рекомендации позволяют эффективно управлять развитием алкогольного производственного комплекса.

Теоретические, методические и практические результаты диссертационной работы могут представлять интерес для преподавателей ВУЗов и использоваться в учебном процессе, при проведении лекций и семинарских занятий по курсам «Экономика предприятий», «Общий менеджмент».

Апробация работы. Основные положения, результаты и рекомендации диссертационной работы, докладывались на конференциях в Пермском государственном университете (г. Пермь, 2007–2008 гг.).

Теоретические и методологические результаты исследования отражены в научных разработках Пермского филиала института экономики УрО РАН, в том числе по научному направлению «Региональная промышленная политика и экономическая безопасность регионов» в рамках научно – исследовательской работы «Разработка теории и методологии структурной модернизации промышленности региона» - 2007г. – Постановление Президиума РАН от 28.02.2003 №61.

Теоретические и методологические результаты исследования

используются в специальных программах повышения квалификации работников алкогольных предприятий в НОУ ДПО «Пермский академический учебный центр»,

Публикации. Результаты диссертационной работы нашли отражение в 9 научных публикациях, общим объемом 5,7 п.л. (личный вклад автора 5,7 п.л.), в том числе 1 статья в журнале, рекомендуемом ВАК для опубликования результатов диссертационной работы.

Объем и структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и одиннадцати приложений. Содержит 178 страниц основного текста, включает 24 рисунка, 21 таблицу, список литературы из 164 наименований.

Содержание. *Во введении* обоснована актуальность темы диссертационной работы, определены цель и задачи, объект и предмет исследования, сформулирована научная новизна и практическая значимость полученных результатов.

В первой главе «Теоретико – методологические основы развития алкогольного производственного комплекса» рассмотрена сущность алкогольного производственного комплекса, показана роль алкогольного производственного комплекса в экономике региона.

Во второй главе «Особенности развития алкогольного производственного комплекса» выделены особенности развития алкогольного производственного комплекса, а также факторы и условия его эффективного функционирования в условиях конкуренции.

В третьей главе «Развитие алкогольного производственного комплекса в конкурентной среде» выделены факторы, влияющие на эффективность функционирования алкогольного производственного комплекса, и на основании степени влияния каждого из факторов на развитие алкогольного производственного комплекса разработан концептуальный подход к его эффективному развитию в конкурентной среде.

В заключении сформулированы основные выводы и результаты диссертационной работы.

2. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

2.1. Уточнена трактовка понятия алкогольного производственного комплекса как составной части экономики региона, состоящей из совокупности независимых экономических агентов, производящих специфический продукт – алкогольную продукцию, и реализующих свои интересы.

Алкоголь является специфическим продуктом в силу его неоднозначного влияния на благосостояние населения. Особенности продукта влияют на развитие производства алкоголя. Спрос на алкоголь устойчив, и, в силу того, что реально от потребления алкоголя население не будет отказываться, государство жестко регулирует его производство и потребление. Особенности рынка алкоголя отражены на рисунке 1.

Базовые особенности рынка алкоголя				
Особенности продукта		Особенности, вызванные государственным регулированием		
Стабильность спроса	Вред от потребления	Распределение прибыли рынка в пользу государства	Контроль технологии	Юридические барьеры
Производные особенности рынка алкоголя				
Изменение структуры потребления с ростом доходов	Рост заболеваемости	Теневой рынок	Наличие суррогата	Наличие государственных предприятий на рынке
Культура потребления	Рост смертности	Перевод капитала в рынки субститутов		
Традиционность потребления	Рост преступности			

Рисунок 1 – Особенности функционирования рынка алкоголя

Алкогольный производственный комплекс представляет собой

составную часть экономики региона, состоящей из совокупности легальных независимых экономических агентов, производящих специфический продукт – алкогольную продукцию, и реализующих свои интересы.

Алкогольный производственный комплекс состоит из предприятий – производителей, объединенных по признаку принадлежности к одному виду экономической деятельности. Таким образом, возможно утверждать, что, алкогольный производственный комплекс имеет внутреннюю структуру, и состоит из производителей алкоголя, расположенных на единой территории.

В процессе своей деятельности производители алкоголя вступают в конкурентную борьбу, образуя тем самым связи между элементами структуры, а также могут вступать в прочие отношения различного рода, усложняя структуру алкогольного производственного комплекса.

Еще одной чертой, уточняющей трактовку определения алкогольного производственного комплекса, является следование каждого элемента его структуры своим целям, его независимость и обособленность. В случае присутствия какого-либо контроля одного экономического агента – производителя над другим, их целесообразно рассматривать как единый элемент алкогольного производственного комплекса.

Также важным является акцент на определении алкоголя как специфического продукта, воплощающего такое противоречивое, как разнородность влияния на уровень жизни населения территории: как снижая его, в силу негативных сторон потребления алкоголя, так и улучшая его, в силу высокого потенциала бюджетоформирования данного продукта.

2.2. Выделены основные группы субъектов алкогольного рынка (производители, потребители, государство), их влияние на развитие алкогольного производственного комплекса и основные тенденции его

развития.

Алкогольный производственный комплекс действует в условиях нестабильной внешней среды, которую можно условно подразделить на внешнюю среду регионального уровня и внешнюю среду национального уровня. Каждый из уровней внешней среды может быть представлен как экономическими агентами, непосредственно влияющими на функционирование алкогольного производственного комплекса, так и экономическими агентами, оказывающими косвенное влияние на его развитие.

Для определения и систематизации факторов внешней среды оказывающих влияние на функционирование и развитие алкогольного производственного комплекса, целесообразно использовать системный подход, позволяющий рассматривать территориальный рынок алкогольной продукции как совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих субъектов, агрегированных в группы на основе однородности преследуемых целей.

Используя данный подход, на локальном рынке алкогольной продукции можно выделить три основных группы взаимодействующих экономических субъектов, отличающихся друг от друга преследуемыми интересами: производители, потребители, региональные органы управления.

Каждой из групп субъектов алкогольного рынка присуще свое поведение. Поведение потребителей определяется психологией и доходами, и в силу этого остается достаточно стабильным в динамике. Поведение региональных органов управления определяется стратегией развития региона, конкретными целями, поставленными перед ними вышестоящими органами. Поведение производителей определяется стремлением к максимизации потенциала прибыльности. Поведение производителей алкогольной продукции являются ответным, то есть подстраивающимися под поведение других участников рынка.

В краткосрочном периоде, в случае стабильности поведения каждой из групп субъектов алкогольного рынка в алкогольном производственном комплексе будут наблюдаться тенденции, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Тенденции развития алкогольного производственного комплекса

Группа субъектов рынка алкоголя	Тенденции поведения группы субъектов
Потребители	1. Стабильность спроса 2. Увеличение доли потребления слабого алкоголя 3. Приверженность брендам
Производители	1. Захват пустых мест рынка 2. Нарастание экспансии иностранных конкурентов 3. Интеграции в целях расширения рынков сбыта 4. Усиление портфеля брендов
Региональные органы управления	1. Развитие корпоративного бизнеса 2. Национализация алкогольного бизнеса 3. Развитие специализации регионов

Выявленные тенденции свидетельствуют о разнонаправленности интересов групп субъектов алкогольного рынка, что не может не сказываться на эффективности его развития в конкурентной среде.

2.3. Предложена методика оценки сбалансированности интересов на региональном рынке алкоголя.

Каждая из групп экономических субъектов рынка алкогольной продукции преследует свои частные интересы. При выполнении этих интересов между каждой из групп экономических субъектов складываются базовые противоречия: между государством и потребителем по поводу

ограничения предложения; между государством и производителем – по поводу ставки распределения прибыли рынка; между производителем и потребителем – по поводу цены. Модель функционирования локального рынка алкоголя отражена на рисунке 2.

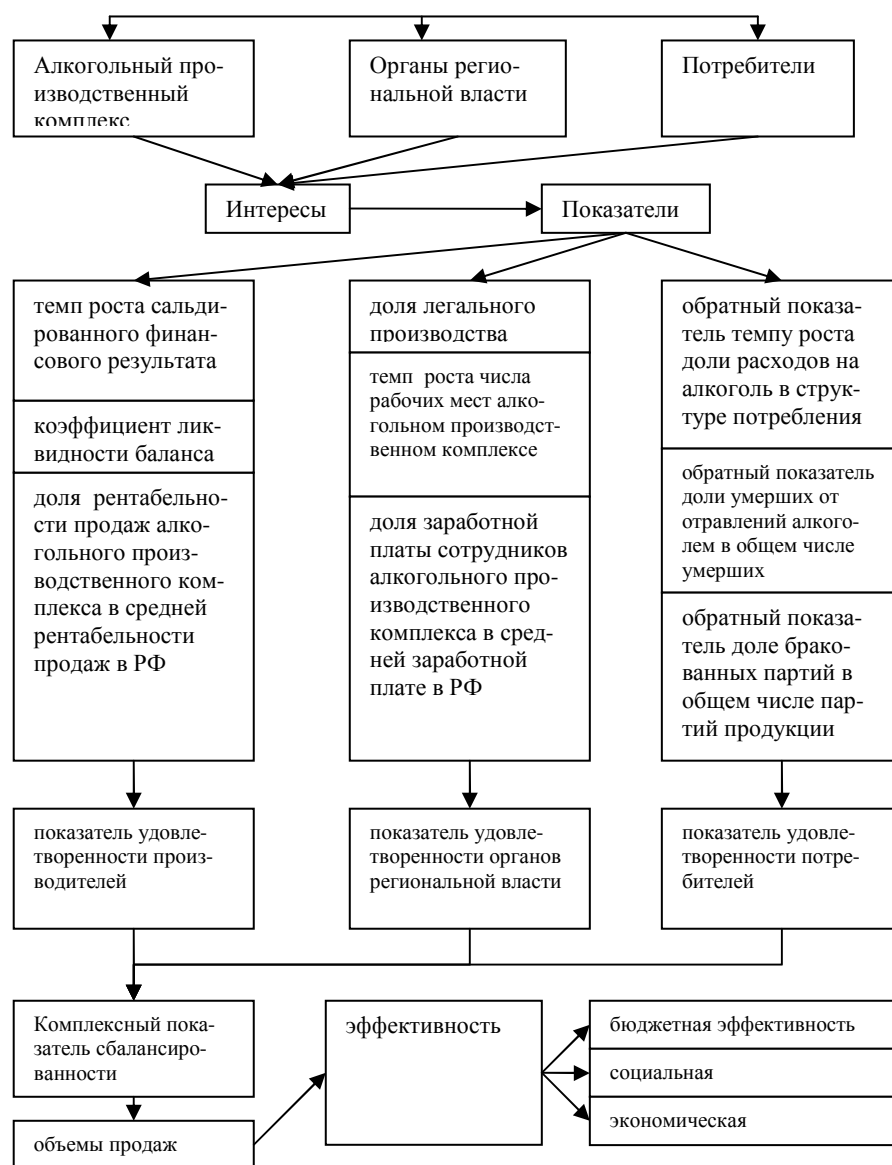


Рисунок 2 – Модель функционирования локального рынка алкоголя

Обеспечение стабильного развития алкогольного производственного комплекса должно быть основано на стремлении к обеспечению сбалансированного удовлетворения интересов различных групп субъектов, присутствующих на рынке алкоголя.

Наряду с базовыми противоречиями, которые возникают у групп

участников рынка алкоголя, присутствуют и общие интересы. Политика регулирования алкогольного рынка, направленная на усиление базового противоречия, дестабилизирует рынок алкоголя. Политика, направленная на поддержание общих интересов, приводит к взаимовыгодному сотрудничеству и сбалансированности интересов участников рынка алкоголя.

Взаимным интересом, преследуемым производителями и органами региональной власти, является увеличение объемов реализации алкогольной продукции местных производителей. Это обеспечивает рост прибылей предприятий, наполнение местных бюджетов и обеспечение занятости населения. Побочным это снижает отравления и смертность, и также и повышает качество продукта. Как следствие это становится фактором реализации интересов населения региона.

Участники рынка алкогольной продукции будут эффективно взаимодействовать только в случае удовлетворения частных интересов. Частные интересы какой-либо группы субъектов могут быть представлены рядом ключевых показателей, оценивающих степень достижения каждой группой субъектов своей цели. Чтобы иметь возможность сопоставить удовлетворенность различных групп субъектов, показатели частной удовлетворенности должны быть относительными.

На основании среднеарифметического значения частных показателей каждой группы субъектов, становится возможным найти результирующий показатель удовлетворенности. Перечень частных показателей удовлетворенности и расчет комплексного показателя сбалансированности интересов участников алкогольного рынка представлен в таблице 2.

Комплексный показатель сбалансированности отражает то, насколько удовлетворены интересы всех групп участников регионального рынка алкоголя.

Таблица 2 – Расчет комплексного показателя сбалансированности, %

Показатель \ Год		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
X₁	Показатель удовлетворенности органов региональной власти	85	88	84	81	84	86	85
A ₁	доля легального производства	62	67	57	59	60	64	62
A ₂	темп роста числа рабочих мест в территориальном алкоголепроизводящем комплексе	94	98	94	87	100	100	100
A ₃	доля заработной платы сотрудников территориального алкоголепроизводящего комплекса в среднероссийской заработной плате	100	100	100	96	92	93	94
X₂	Показатель удовлетворенности предпринимателей	93	93	92	96	97	94	94
B ₁	темп роста сальдированного финансового результата	100	98	100	100	100	100	100
B ₂	коэффициент ликвидности баланса	84	86	86	87	92	95	93
B ₃	доля рентабельности продаж территориального алкоголепроизводящего комплекса в среднероссийской рентабельности продаж	95	96	90	100	100	87	89
X₃	Показатель удовлетворенности потребителей	91	95	88	97	80	97	88
C ₁	обратный показатель темпу роста доли расходов на алкоголь в структуре потребления домашних хозяйств	94	96	100	100	100	100	98
C ₂	обратный показатель доли умерших от отравлений алкоголем в общем числе умерших	96	96	96	97	97	97	98
C ₃	обратный показатель доле бракованных партий в общем числе партий алкогольной продукции	84	93	68	93	42	95	67
Y	КОМПЛЕКСНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ	90	92	88	91	87	92	89

Данный показатель должен отражать развитие рынка алкоголя. Для того чтобы проверить соответствие данного показателя развитию рынка необходимо сопоставить его изменение с изменением объемов продаж алкогольной продукции. Изменения данных показателей отражены на диаграмме, изображенной на рисунке 3.

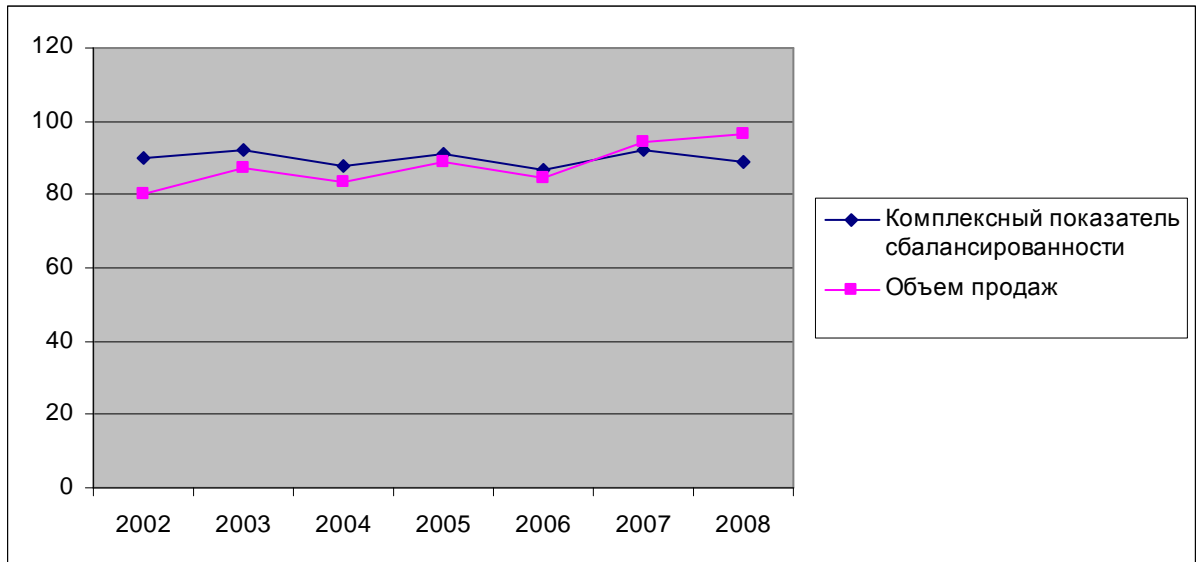


Рисунок 3 – Диаграмма сопоставления продаж и комплексного показателя сбалансированности регионального рынка

Диаграмма показывает, что изменение показателя сбалансированности соответствует изменению легального рынка алкоголя. Из этого следует, что важнейшим фактором, соответствующим интересам всех участников рынка является рост объемов производства алкогольного производственного комплекса.

2.4. Разработан концептуальный подход к эффективному развитию алкогольного производственного комплекса на основе учета сбалансированности интересов групп субъектов регионального алкогольного рынка.

Стратегия развития алкогольного производственного комплекса может быть построена на основании показателя сбалансированности с учетом степени влияния составляющих факторов на общий показатель. Для оценки уровня влияния каждого из показателей удовлетворенности группы субъектов на комплексный показатель сбалансированности был проведен регрессионный анализ при помощи инструментарий анализа данных Ms Excel.

Проведенный анализ подтвердил наличие тесной взаимосвязи между всеми результирующими показателями и показателями – факторами. В результате проведенного анализа были получено следующее уравнение линии регрессии, отражающее влияние показателей удовлетворенности групп субъектов алкогольного рынка на показатель сбалансированности:

$$Y = 7,671 + 0,344 X_1 + 0,265 X_2 + 0,309 X_3 \quad (1)$$

По уравнению линии регрессии можно говорить о том, что каждый из факторов имеет прямое воздействие на результирующий показатель, то есть увеличение каждого из показателей – факторов ведет к росту результирующего, а снижение – к его уменьшению. Величина каждого из коэффициентов указывает на степень влияния показателя – фактора на результирующий показатель.

Линия регрессии пересекает ось Y при значении 7,671, что отражает влияние прочих факторов (кроме X_1 , X_2 и X_3), как улучшающее общий показатель сбалансированности. Из построенной модели можно сделать вывод, что показатель сбалансированности наиболее чувствителен к изменению показателя, отражающего интересы государственных органов власти, затем – к интересам потребителей, и наименее чувствителен к интересам производителей.

Взаимосвязь показателя удовлетворенности органов региональной власти с показателями – факторами описывается следующим уравнением:

$$X_1 = 7,963 + 0,292 A_1 + 0,319 A_2 + 0,291 A_3 \quad (2)$$

По уравнению линии регрессии можно говорить о том, что каждый из факторов имеет прямое воздействие на результирующий показатель. Показатель, отражающий интересы государственных органов управления наиболее чувствителен к изменению темпа роста рабочих мест в регионе. Практически одинаковое влияние на изменение показателя X_1 оказывает как доля теневого рынка, так и доля заработной платы сотрудников

алкогольного производственного комплекса в средней заработной плате. Пересечение показателя линии регрессии с осью X_1 , также положительно, что говорит о положительном влиянии прочих факторов на удовлетворенность органов государственного управления, указывает на важность функционирования данного рынка для государства.

Взаимосвязь влияния частных факторов на показатель, отражающий интересы производителей алкоголя описывается следующим уравнением:

$$X_2 = -16,989 + 0,527 B_1 + 0,312 B_2 + 0,329 B_3 \quad (3)$$

Коэффициенты уравнения линии регрессии отражают прямую связь между показателями – факторами и результирующим показателем. Показатель, отражающий интересы производителей алкоголя наиболее чувствителен к изменению темпа роста сальдированного финансового результата, что обуславливается первоочередной целью бизнеса – получение прибыли. Более слабое влияние на изменение показателя X_2 оказывает коэффициент ликвидности баланса, отражающий возможность перевода капитала в другие сферы бизнеса. Наиболее низкое влияние на удовлетворенность интересов производителей оказывает доля рентабельности продаж алкогольного производственного комплекса в средней рентабельности продаж. Пересечение линией регрессии оси X_2 происходит ниже нулевой отметки, что указывает на негативное влияние прочих факторов на удовлетворенность производителей, говорит о смещении интересов в сторону других субъектов рынка алкоголя.

Влияние частных факторов на показатель, отражающий интересы потребителей описывается следующим уравнением:

$$X_3 = -12,252 + 0,857 C_1 - 0,079 C_2 + 0,333 C_3 \quad (4)$$

Коэффициенты уравнения линии регрессии отражают прямую связь между показателями X_3 , C_1 и C_3 , и наличие обратной связи с показателем C_2 . Показатель C_2 – обратный показатель доли умерших от отравлений

алкоголем в общем числе умерших, оказывает низкое влияние на интересы группы потребителей, о чем говорит низкое значение коэффициента. Линия регрессии пересекает ось X_3 при отрицательном значении, что указывает на отрицательную направленность воздействия прочих факторов на удовлетворенность потребителей, показывает смещение интересов потребителей в сторону других участников рынка алкогольной продукции.

Показатель, отражающий интересы потребителей наиболее всего обусловлен изменением обратного показателя темпу роста доли расходов на алкоголь в структуре потребления домашних хозяйств, что отражает высокое влияние ценовых факторов на выбор потребителей. Более слабое влияние на изменение показателя X_3 оказывает обратный показатель доле бракованных партий в общем числе партий алкогольной продукции, что отражает интерес потребителей в качественном алкоголе.

Полученная при проведении регрессионного анализа модель может использоваться органами власти различных регионов для нахождения сбалансированности интересов участников рынка алкогольной продукции и разработки на ее основе региональной политики в области производства алкоголя. Также данная модель может быть применена производителями алкоголя для выявления конъюнктуры регионального рынка и разработке стратегии их развития.

2.5. Обоснованы мероприятия по повышению эффективности развития алкогольного производственного комплекса в конкурентной среде.

По проведенному анализу можно сделать вывод, что для увеличения коэффициента сбалансированности, отражающего интересы всех групп участников рынка алкоголя необходимо первоочередное воздействие с целью увеличения удовлетворенности интересов потребителей и государства, а затем уже только интересов бизнеса. При увеличении удовлетворенности интересов потребителей и предпринимателей можно

допускать поступиться интересами органов региональной власти в силу положительного влияния прочих факторов на удовлетворенность этой группы субъектов рынка алкоголя. Достижение таких интересов возможно только при увеличении объемов производства продукции.

Наибольшее влияние на коэффициент сбалансированности оказывает удовлетворенность интересов органов государственной власти и потребителей. В связи с этим, для развития алкогольного производственного комплекса, необходимо стимулировать удовлетворение интересов данных групп субъектов рынка.

В силу того, что наибольшее влияние на показатель удовлетворенности органов региональной власти имеет доля легального производства и доля заработной платы работников алкогольного производящего комплекса, для увеличения данного показателя могут быть предложены следующие меры:

- ужесточение ответственности за подпольное производство алкоголя, в целях снижения нелегального оборота;
- ужесточение государственного контроля за оборотом алкогольной продукции путем доведения системы ЕГАИС до мест розничной продажи;
- выравнивание налогового давления производителей субститутов (парфюмерная, химическая и фармацевтическая промышленность) с производителями алкоголя;
- поддержка увеличения объемов сбыта алкогольного производственного комплекса.

Так как на удовлетворенность потребителей в наибольшей степени влияет снижение доли расходов на алкоголь в личном потребительском бюджете, то следует предпринять следующий ряд мер, нацеленный на увеличение данного показателя:

- пропаганда здорового образа жизни;
- развитие спортивной и развлекательной инфраструктуры;
- усиление контроля над производством алкогольной продукции в

целях повышения качества продукта.

Также в целях повышения общего показателя сбалансированности может быть принят следующий ряд мер по увеличению показателя удовлетворенности производителей, который в наибольшей степени определяется темпом роста сальдированного финансового результата:

- предоставление отсрочки по уплате акцизов для инвестирования средств в расширение каналов сбыта, увеличение качества продукции;
- организация центра повышения квалификации для инженеров – технологов алкогольных предприятий;
- стимулирование использования результатов НИОКР в деятельности алкогольного производственного комплекса путем предоставления льгот по акцизам.

Воздействие региональных органов власти на коэффициент сбалансированности интересов групп участников алкогольного рынка позволит направить в одно русло усилия различных групп субъектов, разрушая базовые противоречия, существующие между ними. Наличие сбалансированности будет являться одним из важнейших конкурентных преимуществ алкогольного производственного комплекса в условиях жесточайшей межрегиональной и международной конкуренции на рынке алкоголя.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ:

1. Дидык С.В. Особенности функционирования и развития территориального алкоголепроизводящего комплекса // Региональная экономика: теория и практика. 2009. № 29(122). – 0,3 п.л.

2. Дидык С.В. Специфика проблемы государственного регулирования предприятий ликероводочной промышленности // Теория и практика корпоративного менеджмента: сб. науч. ст. / Перм. гос. ун-т. – Пермь,

2006. – Вып. 4. – 0,5 п.л.

3. Дидык С.В. Специфика проблемы государственного регулирования каналов распределения продукции ликероводочной промышленности // Теория и практика корпоративного менеджмента: сб. науч. ст. / Перм. гос. ун-т. – Пермь, 2006. – Вып., 5. – 0,35 п.л.

4. Дидык С.В. Анализ портфеля бизнесов (товаров) организации на алкогольном рынке // Инновационные пути реализации приоритетных национальных проектов в регионе. – Пермь, 2007. – Вып. 6. – 0,45 п.л.

5. Дидык С.В. Необходимость мониторинга стратегической ситуации на товарных рынках как средство развития производителей региона (на примере алкогольного рынка Пермского края) // Теория и практика корпоративного менеджмента: сб. науч. ст. / Перм. гос. ун-т. – Пермь, 2006. – Вып. 4. – 0,25 п.л.

6. Дидык С.В. Сбалансированность интересов групп экономических субъектов региона как основа предотвращения социальных рисков // Безопасность Евразии. – Москва. – 2008. – №4. – 0,4 п. л.

7. Дидык С.В. Роль и место алкоголепроизводящего комплекса в отраслевой структуре экономики муниципального образования // Проблемы устойчивого социально-экономического развития и управления муниципальных образований. – Пермь – 0,25 п.л.

8. Дидык С.В. Особенности развития алкогольного производственного комплекса. Препринт. – Пермь: Издательство ООО «Полиграф Сити», 2009. – 1,5 п.л.

9. Дидык С.В. Концептуальный подход к эффективному развитию алкогольного производственного комплекса. Препринт. – Пермь: Издательство ООО «Полиграф Сити», 2009. – 1,7 п.л.

Подписано в печать 17.12.2009 г.
Формат 60x84 1/16. Бумага писчая. П.л. 1,2
Тираж 100 экз. Заказ № 375

**ООО «Полиграф Сити»,
г. Пермь, ул. Ленина, 66, оф.222**