

УЗБЕКСКОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ И ИНФОРМАТИЗАЦИИ
ТАШКЕНТСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
ФАКУЛЬТЕТ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

ЭКОНОМИКА ОТРАСЛИ
Учебно - методическое пособие

1 O'QUV ZALI

**TATU
KUTUBXONASI**

ТАШКЕНТ 2009

В данном учебно-методическом пособии раскрываются теоретические и практические аспекты экономической деятельности отрасли связи в условиях формирования рыночных отношений. Раскрыта роль отрасли связи в условиях рынка, рассмотрена экономическая характеристика отраслей связи и информатизации, обоснованы основные вопросы совершенствования методов управления и регулирования отраслей связи, раскрыта роль планирования в условиях рыночных преобразований, даются основные методы, цели и задачи финансового анализа предприятий связи, определены методы и факторы, влияющие на производительность труда, раскрыты значение и сущность обеспеченности предприятий связи трудовыми ресурсами, а также характеризуется качество работы в сфере связи, и даются основные направления по его улучшению.

Учебно-методическое пособие «Экономика отрасли» рассчитано для студентов инженерно-экономических факультетов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям: «Экономика» и «Менеджмент» в отраслях связи и информатизации.

Напечатано на основе утверждения учебно-методического совета факультета «Экономика и управление» Ташкентского Университета Информационных Технологий.

Рецензенты:

ТГТУ заведующий кафедрой
«Промышленный менеджмент»

д.э.н., профессор

Заведующий кафедрой

«Экономика»

к.э.н., доцент

М.Л.Турсунходжаев

Т.М.Буткеева

В условиях рынка, по мере дальнейшего развития сектора электросвязи и его преобразования в сектор «информационных и коммуникационных технологий» (ИКТ), включающий элементы электросвязи, радиовещания и компьютерной технологии, она стала не только движущей силой экономики, но и фактором, способствующим социальному прогрессу и развитию образования и здравоохранения. Соответственно, возросла и важность доступа к системам ИКТ. Одним из условий, определяющих успех реализации современных требований к системам ИКТ, является реформа отрасли.

В условиях реформирования экономики развитие и совершенствование предприятий связи и информатизации осуществляется в соответствии с объективными законами рыночной экономики. Отрасль связи имеет специфические особенности, которые накладывают свой отпечаток на организацию производственных процессов, характер плано-экономической работы, структуру органов связи, организацию управления предприятиями.

В начале XXI века экономика недостаточно активно участвует в процессах на быстро развивающемся мировом рынке телекоммуникационных услуг. В этих условиях, стратегически важной проблемой становится анализ современного состояния и тенденций развития данного рынка.

Широкая информатизация всех сфер жизнедеятельности общества принципиально изменяет роль информации и информационных технологий в социальном и экономическом развитии страны. Возрастающая роль сферы инфокоммуникаций, рост различных видов связи и появление на рынке самых разнообразных видов услуг, делает задачу управления сферой актуальной. За последние годы в сфере телекоммуникаций происходят существенные изменения.

Подчеркивая ее высокую роль и значение Президент Узбекистана И.А.Каримов отмечает: «Уже в ближайшее время мы обязаны по уровню телекоммуникационных сетей и связи подняться до уровня международных стандартов. Без развитой системы коммуникаций у Узбекистана нет будущего».¹ Только за последние годы принят ряд важных документов по коренному улучшению дел в отрасли. Разработаны и введены в действие нормативно-правовые акты, регламентирующие создание и эксплуатацию информационно-коммуникационных систем, сетей и баз.

В условиях ускорения темпов научно-технического прогресса, увеличения объемов производства, усиления межпроизводственных связей, расширения сфер взаимодействия между товаропроизводителями, повышения масштабов и значимости, решаемых обществом социальных проблем все более возрастает роль инфокоммуникаций в различных областях жизнедеятельности. Это объясняется тем, что объем информации, возникающей при решении производственных, экономических, социальных и иных задач растет более высокими темпами, чем объем производства, выраженный материально-вещественными носителями. При этом информация становится важнейшим национальным ресурсом, отличительной чертой которого является то, что он не только не истощается, а, напротив, увеличивается, качественно совершенствуется и вместе с тем, способствует наиболее рациональному использованию всех остальных видов ресурсов, их сбережению, а в ряде случаев — расширению и созданию новых.

1. ГЛАВА. ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ ОТРАСЛИ СВЯЗИ В УСЛОВИЯХ РЫНКА.

План:

1.1. Экономическая характеристика отрасли связи в условиях информатизации общества.

1.2. Экономическая характеристика видов и подотраслей связи в условиях рынка.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература.

1.1. Экономическая характеристика отрасли связи в условиях информатизации общества.

Развитие отрасли связи является одним из важнейших направлений структурной перестройки экономики Узбекистана, поскольку эта сфера не только обеспечивает информатизацию общества республики, но и способствует формированию ее экономического потенциала.

В условиях либерализации экономики развитие ИКТ становится важнейшим фактором НТП экономики Узбекистана и является одним из основных двигателей экономического роста. Основные аспекты стратегии и плана действия в сфере ИКТ определены в выступлении Президента Республики Узбекистан. Они предусматривают создание национальной сети телекоммуникации на базе цифровых систем передачи и цифрового коммутационного оборудования, глубокое интегрирование в мировую систему телекоммуникаций и обеспечение всестороннего удовлетворения потребностей экономики и населения страны в услугах связи.

Новые информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) преобразуют не только организацию труда, методику и формы общественной и индивидуальной деятельности. На их основе с невиданной ранее быстротой создаются предпосылки для эволюции человечества от общества постиндустриального к обществу информационно-индустриальному. Они по-новому формируют мировоззрение, психологию и социологию, способы и формы взаимоотношений людей в сферах профессиональной и общественной деятельности, изменяют сознание и мышление человека, его психологию, круг интересов.

Связь - одна из отраслей общественного производства, функции которой состоят в оказании потребителям услуг по передаче различного рода сообщений: писем, телеграмм, телефонных разговоров, программ радио и телевидения, данных, машинной и других видов информации. Предоставляя всем отраслям и сферам общественного производства и населению услуги по сбору, обработке и передаче информации, связь обладает всеми чертами, присущими отраслям материального производства.

Как и в других отраслях материального производства, в отрасли связи создается потребительная стоимость и стоимость. Потребительная стоимость — это полезный эффект процесса передачи сообщений, который потребляется в производственной и непроизводственной в сферах, общественной и личной жизни людей.

Создаваемая в отрасли связи стоимость в части обслуживания производственной сферы включается в валовой внутренний продукт, а также в ту часть этого продукта, стоимость которого создается необходимым и прибавочным трудом и образует национальный доход.

Экономическим признаком связи как отрасли материального производства является также то, что в создании услуг связи аналогично промышленности и другим отраслям производства участвуют средства труда, предметы труда и труд работников связи.

К средствам труда, с помощью которых осуществляется процесс передачи информации, относятся оборудование и аппаратура, станционные и линейные

сооружения, производственные здания, инструменты и т.д., составляющие основные фонды предприятий связи.

Предметом труда в связи является сообщение, информация, которая в процессе ее передачи подвергается пространственному перемещению. Воздействие на предмет труда с помощью средств труда осуществляется работниками связи, деятельность которых в конечном итоге и создает потребительную стоимость и стоимость.

Процесс потребления услуг связи аналогичен потреблению продукции (товаров) отраслей материального производства. Если услуга связи потребляется в производственной сфере, то ее стоимость переносится на стоимость вновь создаваемого товара. Если же услуги связи потребляются в непродуцированной сфере или служат личному потреблению, то вместе с потреблением исчезает и их стоимость.

Следует также иметь в виду, что в современных условиях деятельность хозяйствующих субъектов отрасли связи, как и в других отраслях материального производства, строится на законах рыночной экономики. На связь в полной мере распространяется хозяйственная политика государства, проводимая в производственной сфере, в частности закон о предприятии и предпринимательской деятельности, закон о налоге на прибыль.

Все вышеперечисленные признаки свидетельствуют о том, что связь относится к сфере материального производства. Вместе с тем экономической природе связи присущи специфические черты, вытекающие из ее отраслевых особенностей.

Первая особенность определяется спецификой создаваемого продукта, который в отличие от продукции промышленности не является новым вещественным продуктом (товаром), а представляет собой конечный полезный эффект процесса передачи информации, выступающий в форме услуги.

Вторая особенность связи тесно связана с первой и характеризуется неотделимостью во времени процесса потребления услуг связи от процесса их производства, особенно ярко эта особенность проявляется в телефонной связи, где сам процесс передачи телефонного сообщения — процесс производства — происходит с участием абонентов и без них невозможен, т.е. совпадает с процессом потребления. В связи с этим, конечный результат производственной деятельности отрасли не может храниться в запасе, на складе, изыматься из сферы производства и поступать в сферу обращения для реализации.

Из этой особенности вытекают требования максимального приближения средств связи к потребителям, повышения плотности сети пунктов связи коллективного (отделений связи, переговорных пунктов и т.д.) и индивидуального (абонентских пунктов) пользования.

Неотделимость процессов потребления и производства обуславливает также существенное влияние неравномерности во времени поступающей нагрузки (по часам суток, дням недели, месяцам года) на организацию производственных процессов в отрасли связи. В условиях неравномерности нагрузки предприятия связи для обеспечения, требуемого потребителями качества услуг должны создавать значительные резервы производственных мощностей и рабочей силы, которые в часы спада нагрузки используются недостаточно интенсивно. Кроме того, в связи создаются резервы производственных мощностей для перспективного развития по мере роста потребностей в услугах связи. А это приводит к объективному ухудшению ряда экономических показателей деятельности предприятий, снижению производительности труда и фондоотдачи, росту себестоимости услуг. В то же время, создавая объективно необходимые резервы производственных ресурсов для высококачественного обслуживания потребителей, предприятия связи, особенно в условиях перехода к рыночным отношениям, должны выявлять и использовать резервы повышения эффективности производства, достижения максимально возможных результатов при минимальных затратах.

Третья особенность отрасли связи состоит в том, что в отличие от промышленности, где предмет труда подвергается вещественному изменению (физическому, химическому и т.д.), в производственном процессе связи информация как предмет труда должна подвергаться только пространственному перемещению. Даже если информация при передаче средствами электросвязи преобразуется в электрические сигналы, то на этапе приема происходит ее обратное воспроизведение в первоначальную форму. Всякое другое изменение информации, кроме пространственного перемещения, означает ее искажение, потерю потребительной стоимости и наносит ущерб потребителям.

В связи с этим особое значение имеют достоверность передачи информации, точность ее воспроизведения и обеспечение в процессе передачи всех качественных и количественных параметров, характеризующих ее потребительные свойства.

Четвертая особенность связи заключается в том, что процесс передачи информации всегда является двусторонним, т.е. происходит между отправителем и получателем информации. Поскольку потребность в передаче информации может возникнуть между абонентами, находящимися в любых пунктах, это требует создания надежной, устойчивой, разветвленной сети связи, соединяющей все населенные пункты между собой.

Участие в производственном процессе связи нескольких предприятий предъявляет единые требования к организации и правам технической эксплуатации средств связи на территории всей страны, а также приводит к необходимости введения системы взаиморасчетов между предприятиями связи за взаимно оказываемые услуги в целях обеспечения их хозяйственных интересов в условиях перехода к рыночной экономике.

Рассматривая особенности связи, следует также отметить ее инфраструктурный характер. Слово “инфраструктура” происходит от двух латинских слов: “infra” — ниже, и “structura” — строение. Под инфраструктурой понимается совокупность организационно обособленных звеньев общественно производства, конечным результатом деятельности которых, является не выпуск вещественной продукции, а обслуживание производства (производственная инфраструктура) и населения, и непроизводственной сферы (социальная инфраструктура). К данной инфраструктуре относятся отрасли, создающие общие условия для всех сфер деятельности, без которых процесс производства либо вообще невозможен, либо может происходить в несовершенном виде.

Связь оказывает влияние на совершенствование системы управления на всех уровнях и во всех сферах общественного производства, способствует оперативной подготовке и своевременному принятию оптимальных решений.

Средства телекоммуникаций не только обслуживают производство, но и непосредственно проникают в него, являясь необходимым элементом встроенных систем регулирования, автоматизированных технологических процессов. Средства связи обеспечивают определение наиболее эффективной структуры построения технологии производства и организационно-производственной деятельности, способствуя сбережению всех видов ресурсов, улучшению условий труда, снижению физических и психических нагрузок. Качественная перестройка производства на базе манипуляторов, роботов, микропроцессоров невозможна без участия современных средств связи.

Нельзя недооценивать роль телекоммуникаций в непроизводственной сфере, тем более что в последние годы в экономике страны наблюдается тенденция к изменению структуры занятости в пользу отрасли нематериального производства, что связано со спецификой труда в этой сфере и изменением структуры потребностей населения.

Возрастание роли отраслей непроизводственной сферы, обеспечивающих обслуживание материального производства и населения, требует внедрения в их деятельность новейших достижений научно-технического прогресса средств вычислительной техники и связи, позволяющих быстро и высококачественно получить необходимую информацию и принять адекватное ей решение.

Велико значение средств связи в личной жизни людей. Они помогают преодолеть территориальную разобщенность, создают условия для межсемейных и дружеских контактов, экономят время при решении бытовых проблем и увеличивают свободное время, необходимое для удовлетворения материальных и духовных потребностей. Развитие средств связи и повышение их доступности для населения создают большой социальный эффект, проявляющийся в улучшении условий жизни людей, повышении ее комфортности росте информированности и коммуникабельности общества.

В то же время из-за недостаточного развития связи, общество несет огромные материальные потери, выражающиеся в первую очередь в замедлении темпов экономического развития. Недостаточный объем информации, ее искажение или несвоевременность приводят к нарушению связи между производителями и потребителями, возникновению диспропорций, большим финансовым потерям, общему снижению темпов экономического развития. Таким образом, в странах с развитой рыночной экономикой связь рассматривается как важнейший фактор экономического развития, повышения конкурентоспособности производства и процветания нации. При рассмотрении и решении различных задач развития экономики Узбекистана регулирующий орган рассматривает роль отрасли связи и информатизации в обеспечении потребительского спроса в рамках рыночных условий и требований:

- для установления, по опыту развитых стран, прогрессивной структуры валового внутреннего продукта страны, в которой непрерывно должна возрастать доля наукоемкой продукции, создаваемой преимущественно на базе местного сырья и материалов с большой глубиной переработки, конкурентоспособной на мировом рынке. Установление пропорций необходимо для того, чтобы каждая отрасль специализации производства обеспечивала устойчивое развитие других отраслей в рамках межотраслевых связей, рассчитываемых с помощью модели межотраслевого баланса;
- благодаря научно-техническому прогрессу в интересах удовлетворения непрерывно развивающегося потребительского спроса и требований к качеству продукции в общественном хозяйстве ежегодно создаются многие сотни тысяч новых видов материалов, на основе которых выпускаются тысячи новых видов изделий. Ни одна страна не способна самостоятельно производить все нужные для обеспечения производства компоненты и выпускать все виды нужной потребителям продукции мирового качества. Многие из нужных производственных компонентов приходится импортировать, для чего маркетинговые обследования рынков производственных ресурсов приобретают глобальный масштаб;
- для обеспечения закупок на внешних рынках сырья и материалов нужна валюта стран-импортеров, а заработать ее можно лишь путем экспорта своей продукции. По этой причине на порядок и более возрастают объемы информации, содержащей нужные производителям и потребителям сведения для разработки производственных программ и контроля их выполнения;
- резко расширяются территориальные границы зоны сбора нужных данных и рекламы произведенной продукции, соответственно во много раз возрастает объем телекоммуникационных услуг. А ограничения спроса в услугах связи и информатизации ведут к огромной упущенной выгоде для производителей, дефицитам товаров и услуг на внутреннем потребительском рынке. Они тормозят развитие экономики, чего никак нельзя допускать.

После сопоставления министерством экономики представленного УзАСИ прогноза развития отрасли с рациональными темпами, необходимыми для совершенствования структуры ВВП, выявляются расхождения, которые подлежат устранению в рамках действующих в Узбекистане принципов построения социально ориентированной рыночной экономики. Для этого применяются разнообразные меры:

-возмещение предусмотренных законодательством Республики Узбекистан затрат

компаний отрасли на оказание безвозмездных и льготных услуг, в первую очередь - вызовы экстренных служб;

-государственная поддержка, в первую очередь, образования, здравоохранения и науки, путем финансирования оказываемых ими социально значимых услуг;

-создание благоприятных условий для иностранных и внутренних инвестиций;

-либерализация хозяйственного режима: снижение налогов, предоставление льгот, вследствие чего увеличиваются прибыли у производителей услуг, растут внутренние источники для самофинансирования развития производства и т.д.;

-финансирование государством важнейших для общественного и экономического развития проектов сети связи и информатизации.

1.2.Экономическая характеристика видов и подотраслей связи в условиях рынка.

В условиях научно-технической революции происходят дальнейшее более глубокое обособление различных видов деятельности и формирование в рамках основных отраслей производства самостоятельных отраслей, специализирующихся на создании конкретных видов продукции и услуг. Связь страны также не является однородным хозяйством и делится в зависимости от характера использования и назначения на связь общего пользования и внутриведомственную связь.

Связь общего пользования (СОП) предназначена для удовлетворения потребностей в передаче различного рода информации во всех сферах жизнедеятельности людей: производственной, общественной, личной.

Внутриведомственные средства связи (ВСС) отдельных отраслей промышленности, транспорта, энергетических систем, сельских хозяйств и имеют технологическое назначение либо используются как средство оперативного управления производством (диспетчерские службы).

Продукцией телекоммуникационной отрасли является конечный полезный результат производственной деятельности по передаче информации в ее различных формах на всех этапах полного производственного процесса, включающего в себя исходящий, входящий и транзитный обмены, передачу информации по линиям связи, перевозку почты и печатных изданий по магистральным, внутриобластным и внутрирайонным почтовым маршрутам, доставку ее адресатам.

Услуга компании связи и информатизации - это конечный или незавершенный продукт ее деятельности по приему, обработке, передаче, доставке различного рода сообщений: телефонных, телеграфных, почтовых, программ радио и телевидения и др., а также по обеспечению транзита сообщений других операторов через свое оборудование и сети связи.

Информационным продуктом отрасли связи и информатизации, каковым является услуга, - это передача информации, существующей в различных формах:

- сообщение в коммуникациях (по телефону, электронной почте и др.) между людьми (в том числе, производственного и непроизводственного характера), а также переданное по каналам массовой информации;
- сведения, данные, количественные и качественные значения производственных, научных, технических, социальных показателей, являющиеся результатами соответствующих наблюдений и экспериментов;
- объекты хранения, обработки и передачи данных, используемые в процессе анализа и выработки управленческих решений;
- специфический нематериальный ресурс, используемый в процессах экономического управления и регулирования, получение которого потребовало (или требует) трудовых, материальных и денежных затрат и времени на его создание;
- одна из трех фундаментальных субстанций мироздания - вещество, энергия, информация, составляющих сущность и охватывающих какой-либо предмет мыслительной деятельности. В этом качестве она может выступать в виде вербальных

знаний, математических формул и графиков, образов, чертежей и т.п. Поэтому необходимо различать виды самого сообщения (телевизионная передача, телефонный разговор, телеграмма, почтовое отправление, электронная почта и т.д.) и его семантику (имеющиеся в нем сведения, их структуру, полезность содержащейся в нем информации).

В целом же продукцией отрасли (подотрасли) в целом является совокупная продукция компаний связи и информатизации, как в виде завершенных услуг, так и в форме объединения частей услуг в единое целое, образующее завершённую услугу.

Продукцией компании связи и информатизации является завершённая услуга, а также часть конечного полезного результата на определенном этапе участия компании при совместном его создании с другими операторами в масштабах полного производственного процесса. В отдельных случаях (услуги городской телефонной связи, радиодиффракции, радио- и телевизионного вещания) понятия продукции отрасли связи и продукции компании совпадают.

Подотраслевой продукцией является часть продукции отрасли, учитываемую согласно установленным в системе государственной (или ведомственной) отчетности признакам специализации видов деятельности ее структурных подразделений.

Создание продукции в отрасли с позиций экономического отношения производителя услуг к производственным фондам возможно на основе трех форм: эксплуатационно-техническое обслуживание средств связи силами их собственника, то есть самой компанией; предоставление собственником в аренду отдельных единиц оборудования, каналов связи для оказания различных видов услуг; создание малых, дочерних, унитарных предприятий с формированием в нужных размерах их уставного фонда и обеспечение их допуска в телекоммуникационную сеть. В последние годы третья форма становится популярной в связи с миниатюризацией оборудования АТС, когда на высвобождаемых площадях организуются пункты междугородных переговоров, Интернет-кафе, передача факсимильных сообщений. В ближайшей перспективе дополнительно к ним можно будет создавать малые классы для всех желающих освоить компьютерную грамотность, режим работы в Интернет, приобщиться к электронным торгам и т.д.

В зависимости от содержания создаваемого компанией связи и информатизации потребительского эффекта ее продукция (услуги связи) разделяется по группам:

- 1) передача (пересылка) единичных сообщений (отправлений), например, телеграмм, писем, посылок;
- 2) двусторонний обмен информацией - телефонные и видеотелефонные разговоры, обмен текстовыми сообщениями по мобильной связи и т.д.;
- 3) прямой доступ абонентов к услугам связи. Для его осуществления компания предоставляет потребителям в постоянное (телефонный аппарат, радиоточка) или временное пользование (таксофон) оконечные технические устройства, обеспечивающие самостоятельный выход на телефонные и радио каналы, прием и передачу различных видов информации.

В самом укрупненном разрезе подотрасли подразделяются по видам связи:

- 1) почтовая связь обеспечивает прием, обработку, перевозку и доставку различных видов почтовых отправлений (писем, посылок, бандеролей, денежных переводов и др.), а также распространение произведений печати (газет, журналов, книг). Она обслуживает процесс перемещения материальных ценностей в основной их вещественной форме;
- 2) телекоммуникации, основанные на электрической связи. Ее предметом деятельности являются преобразование передаваемой информации в электрические сигналы и их пересылка.

В свою очередь, телекоммуникации подразделяются на подотрасли:

- фиксированную телефонную связь, обеспечивающую двустороннюю передачу речевых сообщений (телефонные разговоры) между абонентами АТС;
- мобильную телефонную связь - двустороннюю передачу сообщений абонентов

компаний мобильной связи между собой, а также с абонентами АТС;

- видеотелефонную связь — передачу речевых сообщений в сопровождении изображений;

- документальную электросвязь — передачу сообщений, записанных на носителе, и прием этих сообщений с записью на адекватном носителе;

- передачу данных — обмен сообщениями, в которых информация представлена в виде цифровых данных);

- радиовещание - передача звуковых программ по радио (РВ) для непосредственного приема населением;

- телевизионное вещание — передача звуковых программ, сопровождаемых подвижными изображениями (ТВ) для непосредственного приема лицами, имеющими телевизионную аппаратуру.

Телефонная связь специализируется и по видам разговоров - местные, междугородные и международные.

Бурный научно-технический прогресс в области мобильной связи уже в настоящее время обеспечил специализацию ее для передачи:

▪ телефонных видеоразговоров;

▪ коротких текстовых сообщений (SMS) между мобильными аппаратами;

▪ неподвижных и подвижных видеоизображений, музыкальных клипов;

▪ прием и отправку данных с помощью компьютера подключенного к телефонной сети через модем.

Расширение технических возможностей и специализации мобильной связи продолжается.

Документальная электросвязь специализирована по видам передаваемых документов и типам применяемой техники: телеграфная, факсимильная, телефакс, бюрофакс, а также электронная почта. Документальные типы электросвязи обеспечивают передачу:

▪ телеграфная — буквенно-цифрового текста;

▪ факсимильная — неподвижных изображений. В свою очередь, факсимильная связь подразделяется на фототелеграфную связь и передачу изображений газет по каналам связи;

▪ фототелеграфная — неподвижных изображений с использованием на приеме фотографических методов;

▪ передача изображений газет по каналам электросвязи — изображений газетных полос;

▪ электронная почта — почтовых сообщений по каналам электросвязи;

▪ телефакс — сообщений между оконечными абонентскими установками по автоматической коммутируемой телефонной сети;

▪ бюрофакс — сообщений между отделениями связи по автоматической коммутируемой сети

▪ мобильная радиотелефонная связь — связь абонентов подвижных станций между собой и со стационарными абонентами сети телефонной связи с использованием радиоканалов.

Разделение отрасли на составляющие ее структурные части – подотрасли - целесообразно проводить так, чтобы производимые ими объемы услуг в стоимостном выражении были бы в некоторой мере сопоставимы друг с другом. То есть не имеет смысла выделять подотрасль, объем услуг, которой составляет, например, менее 1 процента отраслевого объема, уместнее будет отнести ее в группу прочих отраслей, что упростит систему учета и анализа работы отрасли в целом.

Контрольные вопросы.

1. Роль отрасли связи и информатизации в условиях рынка?
2. Дайте четкое определение понятию связи?

3. Что Вы понимаете под потребительской стоимостью?
4. Что относится к предметам труда и к средствам труда?
5. Что Вы понимаете под инфраструктурой?
6. Перечислите и раскройте отраслевые особенности связи?
7. Что Вы понимаете под информационным продуктом, перечислите их виды?
8. Какие виды подотраслей связи Вы знаете?

Ключевые слова.

Связь, информатизация, информационно-коммуникационные технологии, потребительная стоимость, средства труда, предметы труда, инфраструктура, производство, электронная почта, телефакс, бюрофакс, мобильная радиотелефонная связь, почтовая связь, телекоммуникации.

Литература.

1. Закона Республики Узбекистан «О телекоммуникациях» 1999г. Август.
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий», 2002.
3. Каримов И.А. «Узбекистан по пути углубления экономических реформ» Т.: Узбекистан, 1998
4. Арипов А.Н., Махмудов М.М. Ценовая политика и методология формирования тарифов на услуги телекоммуникаций.//Ж. Экономический вестник Узбекистана. 2003. №6. С. 36-39.
5. М.А.Горелик, Е.А.Голубицкая «Основы экономики телекоммуникаций связи» М.:Радио связь. 1997.
6. Голубицкая Е.А., Жигульская Г.М. Экономика связи: Учебник для вузов. - М.: Радио и связь, 2003.
7. Срапионов, Е. В. Демина, Г. А. Свистельников и др. Экономика, организация и планирование на предприятиях связи: Учебник для техникумов / О. С. — М. Радио и связь, 1989
8. О.С.Срапионова. Экономика связи. М.:Радио и связь, 1998

2. ГЛАВА. УПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛЬЮ СВЯЗИ.

План:

2.1. Значение, принципы и методы управления в отраслях связи.

2.2. Рыночные преобразования в отраслях связи.

2.3. Типы предприятий связи и их классификация.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература.

2.1. Значение, принципы и методы управления в отраслях связи.

В современных условиях человечество входит в новую эру своего развития. Информатизация и информационные технологии, телекоммуникация и связь, становятся символами прогресса, а степень их реализации и внедрения в повседневную жизнь человека — оценкой уровня развития общества. Действительно от оперативности своевременности получения информации и её достоверности зависят функционирование экономики, возможности органов государственной власти и управления выполнять возложенные на них функции и обязанности, обороноспособность страны, а в отдельных случаях — жизнь и здоровье человека.

В условиях ускорения темпов научно-технического прогресса, увеличения объемов производства, усложнения межпроизводственных связей, расширения сфер взаимодействия между товаропроизводителями, повышения масштабов и значимости, решаемых обществом социальных проблем все более возрастает роль инфокоммуникаций в различных областях жизнедеятельности. Это объясняется тем, что объем информации, возникающей при решении производственных, экономических, социальных и иных задач растет более высокими темпами, чем объем производства, выраженный материально-вещественными носителями. При этом информация становится важнейшим национальным ресурсом, отличительной чертой, которого является то, что он не только не истощается, а, напротив, увеличивается, качественно совершенствуется и вместе с тем способствует наиболее рациональному использованию всех остальных видов ресурсов, их сбережению, а в ряде случаев — расширению и созданию новых.

Очевидно, что бесперебойная и качественная работа такой сложной сетевой структуры как связь, зависит, прежде всего, от того, насколько надежным и эффективным будет управление ею. При этом эффективным управление будет лишь тогда, когда нормально функционирует вся система управления, включая ее «вертикальные» и «горизонтальные» (в том числе и «внутрипроизводственные») элементы.

Отрасль «Связь» относится к числу инфраструктурных отраслей потребности в услугах и средствах связи населения, органов государственной власти, управления обороны, безопасности, правопорядка и иных юридических лиц. Без средств связи, современной системы управления невозможно и нормальное функционирование материального производства, которое является основой жизни общества. В этих условиях управление производством с использованием средств и сетей становится важнейшим элементом всей системы общественных отношений. Поэтому внимание к этой отрасли не случайно.

Управление представляет собой функцию системы управления по обеспечению взаимосвязи и взаимодействия управляющей и управляемой подсистем с целью организации целенаправленного функционирования объекта управления.

Система управления — это множество элементов, находящихся во взаимосвязи и взаимодействии друг с другом и образующих определенную целостность (единство), что позволяет выделить их в самостоятельную систему. В наиболее общем виде система управления состоит из управляемой, управляющей и информационной подсистем (рис.2.1.1.).

Под управляемой подсистемой следует понимать управляющих воздействий и обратных связей. Под обратными связями понимаются формирование и передача в управляющую подсистему выходных параметров подсистемы, т.е. формирование и передача данных о состоянии и функционировании объекта в виде установленной отчетности.

Управляющая подсистема представляет собой совокупность субъекта управления, механизмов и методов выработки целей, контроля и оценки состояния и функционирования объектов управления, а также механизма и методов управления и коррекции параметров управляемой подсистемы.



2.1.1. Функционирование системы управления

Информационная подсистема представляет собой каналов связи, технических и программных средств государственной статистической отчетности и регламента ее представления.

Под внешней средой понимаются политическая ситуация положение в экономике страны, нормативно-законодательное обеспечение и другие факторы отражающиеся на формировании целей и выработке управленческих решений.

При функционировании сложных систем возможно отклонение указанных выше фактических параметров от ожидаемых или запланированных. Своевременное выявление и устранение тенденций в отклонении от желаемых результатов воздействия, постоянные корректирующие воздействия на основе информации обратной связи характеризуют надежность системы управления. Чрезмерные отклонения фактических результатов от планируемых могут привести к потере управления и полной разбалансированности системы.

Таким образом, функция управления распределяется между указанными выше подсистемами системы управления.

Процесс управления — это универсальная, циклически повторяющаяся последовательность взаимосвязанных элементов управленческой деятельности, общая

практически для всех управленческих задач. Указанная последовательность образует управленческий цикл, который включает в себя:

- ✓ сбор фактической информации о существующем состоянии объекта управления, внешней среды, определение целей, возможностей и путей их достижения;
- ✓ принятие управленческого решения;
- ✓ выполнение управленческого решения и контроль за его реализацией.

Предметом управленческой деятельности (управленческого труда) могут быть:

- ✓ производство (например, производство услуг связи, включая и управление вспомогательными службами, непосредственно не связанными с предоставлением услуг потребителям) и такие его составляющие, как производственный процесс (например, процесс передачи сообщений от отправителя до адресата) и средства (орудия) труда, например технические средства связи;
- ✓ факторы производства;
- ✓ собственность (право собственности на имущество предприятий связи, право собственности или право пользования земельными участками, право пользования интеллектуальной собственностью и др.).

В зависимости от того, что является предметом управления, каково состояние объекта управления на данный момент времени и каковы цели управления, выбираются те или иные способы воздействия. Способ реализации управленческой деятельности называется методом управления (регулирования). Методы управления (регулирования) можно подразделить на следующие основные группы:

1. Организационно-административные (директивные) методы, которые имеют особое значение для управления в связи.
2. Экономические методы, позволяющие воздействовать на участников производственного процесса через налоговую, кредитную, тарифную, таможенную политику и другие рычаги макроэкономического свойства. На уровне микроэкономики, т.е. на предприятии, указанные методы реализуются через распределение прибыли, установление заработной платы, внутреннюю систему наказания, поддержки и стимулирования работников предприятия (премии, ссуды, бонусы, опционы, штрафы и др.).
3. Социально-психологические методы, отличающиеся многообразием в своих проявлениях и преследующие две цели.

Первая — это создание на предприятии и в отрасли в целом социально-психологического климата, способствующего выполнению целей, поставленных перед системой управления. В качестве примеров реализации указанных методов можно привести следующие: освещение передового опыта работы в отраслевой прессе; развитие социальной сферы на предприятиях связи.

Вторая цель — подготовка (переподготовка), подбор и расстановка работников (служащих), реализуемая посредством методов обучения и управления персоналом (тренинг, тестирование, социологические исследования и др.)

Подводя итог сказанному выше, отметим, что переход к рыночной экономике, реформа в системе управления отраслью связи не затрагивают основ управления как такового, но вносят кардинальные изменения в цели и принципы управления, характер воздействий на объекты, что находит отражение в выборе соответствующих методов и организации управления (регулирования).

2.2. Рыночные преобразования в отраслях связи.

Система управления и регулирования в отрасли связи сформирована в соответствии с действующим законодательством, Указами Президента Республики, Постановлениями правительства и другими нормативно-законодательными актами. Специфичность объектов управления определяет структуру управления в отрасли, состав органов управления, контроля, координации и регулирования, а также их права и обязанности,

порядок взаимоотношений между ними.

Многоукладная экономика расширяет возможности отрасли по привлечению инвестиций, по удовлетворению спроса на услуги и средства связи, а с другой стороны - значительно усложняет задачу по управлению и координации деятельности комплекса связи страны. Методы воздействия на государственные, частные и иные предприятия не могут быть едиными, идентичными. Изменения в структуре собственности объектов управления, обусловленные переходом отрасли к рыночным отношениям, требуют постоянной коррекции системы управления.

Основными задачами рыночных преобразований в сфере почты и телекоммуникаций являются создания конкурентной деятельности предприятий сферы почты и телекоммуникаций всех форм собственности и формирования рыночных отношений. В этих целях был начат процесс разгосударствления и приватизации предприятий телекоммуникаций.

Основными законодательными актами Республики Узбекистан, которыми руководствовались Узбекское агентство почты и телекоммуникаций, решая вопросы разгосударствления и приватизации, являлись законы "О собственности", "О разгосударствлении и приватизации", а также постановления Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 31 августа 1995г. "О некоторых вопросах разгосударствления и приватизации отдельных предприятий и имущества".

Условно процесс изменений в системе управления в отрасли можно подразделить на два этапа. На первом этапе имела место довольно "жесткая" система управления предприятиями связи, позволявшая органам государственного управления активно вмешиваться в производственно-хозяйственную деятельность предприятий. С начала 90-х годов ситуация в отрасли изменилась. Начало второго этапа сопровождалось изменением функций органов государственного управления и преобразованием их в органы государственного контроля и регулирования. Изменился и характер воздействий на деятельность предприятий связи. В этих условиях, когда исключена возможность вмешательства государственных органов в оперативную деятельность предприятий, все большее значение приобретают методы косвенного воздействия на объекты управления.

Процесс приватизации в сфере почты и телекоммуникаций условно можно разделить на следующие этапы:

I этап: разгосударствление и приватизация предприятий сферы почты и телекоммуникаций и продажа акций резидентам Республики Узбекистан (1993-2000гг.):

В результате данного этапа преобразований созданы:

Акционерная компания "Махаллий Телеком", в состав которой вошли все предприятия местной и региональной телекоммуникаций, в том числе совместные предприятия, имеющие государственную долю собственности;

Акционерная компания "Халқаро Телеком", в состав которой вошли все предприятия, телекоммуникаций, предоставляющие услуги междугородной и международной связи, в том числе совместные предприятия, имеющие государственную долю собственности;

Государственно-акционерная компания "Узбекистон почтаси", в состав которой вошли предприятия почтовой связи;

Акционерная компания "Матбуот таркатувчи", в состав которой вошли предприятия по распространению периодической печати.

На базе государственных предприятий почты и телекоммуникаций были созданы акционерные общества с частным льготным правом выкупа акций трудовым коллективом. Государственную форму собственности сохранили предприятия специальной связи, учебные заведения, предприятия радиосвязи, радиовещания и телевидения.

В 1998-2000гг. завершена реализация акций доли трудового коллектива и свободной продажи акционерных обществ.

В соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 23 декабря 1997 г.

№ УП-1823 при Узбекском агентстве почты и телекоммуникаций был создан внебюджетный Фонд государственной поддержки развития почты и телекоммуникаций, который призван обеспечить финансирование приоритетных и социально значимых проектов в сфере почты и телекоммуникаций, научно-исследовательских работ в области развития, технического перевооружения и реконструкции сетей и средств почтовой связи и телекоммуникаций.

Средства этого Фонда формируются за счет средств от приватизации предприятий отрасли, 25 процентов дивидендов по государственной доли акционерных обществ, части государственных пошлин за лицензии на осуществление деятельности в сфере телекоммуникаций.

II этап: реализация акций иностранным инвесторам (2001г. - ...)

Целями второго этапа рыночных преобразований в сфере почты и телекоммуникаций являются:

1. повышение привлекательности акций предприятий телекоммуникаций для иностранных инвесторов;
2. привлечение максимально возможных инвестиций для реконструкции и развития телекоммуникационных сетей Узбекистана;
3. повышение привлекательности акций компаний и акционерных обществ для инвесторов за счет обеспечения "прозрачности" всех сфер деятельности предприятий.

В соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 28 июня 2000 года № УП-2647 "О мерах по совершенствованию управления в сфере телекоммуникаций" была образована акционерная компания "Узбектелеком" на базе акционерных компаний "Махаллий Телеком" и "Халкаро Телеком".

Постановлением Кабинета Министров от 30 июня 2000 года № 253 "О вопросах организации деятельности акционерной компании "Узбектелеком" был определен порядок размещения пакетов акций компании, который предусматривает 70 процентов акций реализовывать на свободных торгах, в том числе для реализации иностранному инвестору не менее 51 процентов.

Для осуществления приватизации акционерной компании "Узбектелеком" на уровне мировых стандартов Бюро по Индивидуальной приватизации предприятий Госкомимущества на международной тендерной основе определен финансовый консультант по проекту приватизации акционерной компании "Узбектелеком" - Консорциум, состоящий из инвестиционного банка "Коммерцбанк АГ", аудиторской компании "Артур Андерсен" и юридической фирмы "ЛеБоф, Ламб, Грин энд МакРэ". Для повышения привлекательности акций Акционерной компании "Узбектелеком" и на основе рекомендаций Консультанта, постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан от 27 декабря 2001 г. № 488 "О мерах по подготовке к приватизации Акционерной компании "Узбектелеком" были приняты меры по следующим направлениям:

- совершенствование структуры акционерной компании "Узбектелеком", то есть преобразование операторских компаний в составе Компании в филиалы, путем конвертации акций операторских компаний в акции акционерной компании "Узбектелеком" и ликвидации ее холдинговой структуры;
- реструктуризация задолженностей акционерной компании путем реформирования части долгосрочных и просроченных долгов из баланса акционерной компании "Узбектелеком" на баланс акционерного общества "Узимпексалок".

Реструктуризация бизнеса акционерной компании за счет передачи в уставной фонд акционерной компании "Узбектелеком" государственных долей в предприятиях, предоставляющих высокорентабельные услуги сотовой связи (совместное предприятие "Рубикон", совместное предприятие "Узмаком"), передачи данных и Интернет (специализированное предприятие "UzNet").

Вместе с тем Узбекским агентством почты и телекоммуникаций проработан вопрос

выдачи лицензий на осуществление акционерной компанией "Узбектелеком" деятельности в области сотовой связи, передачи данных, а также выдача права по предоставлению услуг международной телекоммуникации на эксклюзивной основе со сроком на 5 лет.

Логическим завершением второго этапа рыночных преобразований должно стать:

- в секторе телекоммуникаций - привлечение стратегического инвестора;
- в секторе почтовой связи - разработка программы развития и привлечения иностранных инвесторов.

Регулирование экономики в условиях рынка представляет собой воздействие регулирующих органов на деятельность субъектов экономических отношений и рыночную конъюнктуру в целом с целью придания им организованного характера, упорядочения действий, предотвращения или подавления неблагоприятных факторов и создания условий для саморегулирования экономических объектов и процессов.

К основным принципам регулирования в отрасли можно отнести обеспечение:

- возможности государства влиять на деятельность предприятий отрасли вне зависимости от их формы собственности и ведомственной подчиненности;
- необходимого и достаточного государственного регулирования при одновременном расширении самостоятельности предприятий в решении вопросов, связанных с их функционированием;
- доступности услуг и средств связи для всех категорий потребителей и на всей территории страны;
- эффективного использования ресурсов связи (трудовых, материальных и финансовых), в том числе, ограниченных национальных ресурсов - трафика, формируемого при эксплуатации сети связи общего пользования (доходов, получаемых операторами связи при применении соответствующих технических средств), частотного и орбитального ресурсов;
- сочетания интересов Республики Узбекистан и предприятий связи, предприятий и собственников их имущества (например, акционеров, если предприятие является акционерным обществом), а также интересов менеджмента и наемных работников предприятий;
- единой технической политики, единой направленности в развитии всего комплекса связи и пропорциональности в развитии отдельных его составляющих посредством системности в управлении (регулировании), оптимизации взаимосвязи и взаимодействия всех элементов системы.

Переход к рыночной экономике, реформа в системе управления отраслью связи не затрагивая основ управления как такового, вносят кардинальные изменения в цели, принципы управления, изменяют характер воздействий на объекты, что находит отражение в выборе соответствующих методов и организации управления (регулирования).

Узбекское агентство связи и информатизации (далее - Агентство) является координирующим органом управления, уполномоченным для решения задач и проведения государственной политики в сфере связи, информатизации и использования радиочастотного спектра. Состав организационной структуры и управления в сфере связи и информатизации приведена рисунке 2.2.1.

10'00'00'00'

TATU
KUTUBKONASI

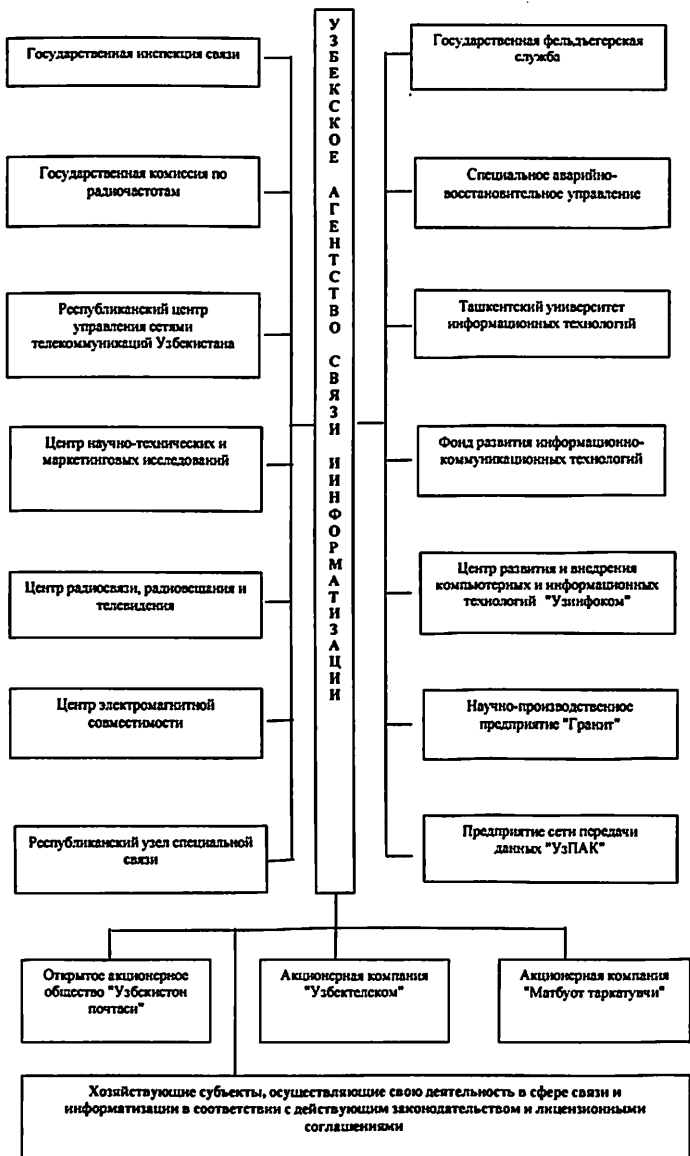


Рис-2.2.1. Организационная структура и управление в сфере связи и информатизации

Агентство в своей деятельности подотчетно Кабинету Министров Республики Узбекистан. Агентство выполняет функции рабочего органа Координационного совета по развитию компьютеризации и информационно-коммуникационных технологий.

Важнейшими задачами территориального управления Узбекского агентства связи и информатизации являются:

- обеспечения реализации государственной политики в области развития связи и информатизации в тесном взаимодействии с органами государственной власти и управления на местах;
- координация работ по обеспечению рационального использования радиочастот, исключению злоупотреблений и нарушений требований нормативно-правовых актов при использовании технических средств телерадиовещания и передачи данных;
- осуществления мониторинга и контроля за выполнением хозяйствующими субъектами условий лицензионных соглашений и требований, выработка и реализация конкретных мер, в том числе профилактических, направленных на обеспечение информационной безопасности в сетях почтовой связи, телекоммуникаций, передачи данных и телерадиовещания.
- Формирование и реализация стратегических приоритетов в области развития сетей телекоммуникаций, передачи данных, почтовой связи, распространения печати, а также в сфере информатизации в соответствии с современными требованиями и стратегией социально-экономического развития страны;
- Координация работы отраслевых и территориальных органов и служб связи и информатизации, а также вопросы обеспечения стандартизации, сертификации и лицензирования деятельности хозяйствующих субъектов, совершенствования нормативно-правовой базы в сфере связи и информатизации, в том числе в области современных средств передачи данных, IP-технологий.
- Разработка и реализация комплекса мер по формированию конкурентной среды в сфере развития информационно-коммуникационных технологий и рынка информационных систем и ресурсов, а также по внедрению программ перехода к электронным формам обмена информацией в сфере государственного управления, науки и образования, бизнеса, здравоохранения и в других сферах деятельности.
- Обеспечение информационной безопасности в сетях телекоммуникаций, почтовой связи, телерадио эфире, информационных системах, и внедрение эффективных средств и методов защиты информационных ресурсов и информационных систем с учетом современных требований и стандартов.
- Организация научно-исследовательских работ и подготовка высококвалифицированных кадров в сфере информационно-коммуникационных технологий и систем, разработке компьютерной и телекоммуникационной техники.
- Привлечение и эффективное использование иностранных инвестиций и современных технологий для развития и совершенствования информационных систем, сетей телекоммуникаций и передачи данных.

2.3. Типы предприятий связи и их классификация.

Переход к рыночным отношениям обусловил необходимость коренного преобразования производства, производственной и социальной инфраструктур, сферы торговли, связи, финансовой и инновационной деятельности. В условиях рыночных отношений от предприятия требуется повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективности форм хозяйствования и управления производством, активизации предпринимательства.

Особое место в реформировании экономики составляет производство — производство продукции, выполнение работ, оказание услуг. Формой организации производства в современном мире является предприятие. Именно поэтому предприятие

является основным звеном экономики. От того, насколько эффективна деятельность предприятий, каково их финансовое состояние, технологическое и социальное, зависит состояние всей экономики.

Сущность предприятия можно рассматривать с различных позиций.

Предприятие — это хозяйственная единица, обладающая обусловленной законом экономической и административной самостоятельностью, т.е. правами юридического лица, организационно-техническим, экономическим и социальным единством, обусловленным общностью целей деятельности: производством и реализацией товаров, работ, услуг и получением прибыли.

Предприятие — это юридически, административно, хозяйственно независимая, самостоятельная производственная единица, осуществляющая свою деятельность в соответствии с лицензией. Самостоятельность предприятий определяется утвержденным уставом и регистрацией предприятия в соответствующих органах, единым централизованным административным руководством, наличием производственно-финансового плана, самостоятельного баланса с законченной системой учета и отчетности, расчетного счета в банке, наличием прав (и ответственности) юридического лица, что позволяет в пределах своей компетенции самостоятельно распоряжаться имуществом предприятия.

При классификации предприятий, прежде всего, необходимо определить, с какой целью она производится и какие критерии положены в ее основу. Как правило, целью классификации предприятий является поиск возможностей совершенствования механизма и методов управления и регулирования. При этом имеется в виду то, что всесторонний учет особенностей объектов управления и регулирования позволяет дифференцировать подходы и характер воздействий на них, а также следствие этого, повысить эффективность системы управления и регулирования. Специфичность предприятий связи дает широкий выбор критериев классификации. Так, по формам собственности предприятия связи можно подразделить на государственные, частные и предприятия смешанного типа. В последнем случае речь идет о долевом участии государства в формировании уставного капитала предприятия.

По организационно-правовой форме различают предприятия: государственные (или учреждения, например, в почтовой связи); совместные товарищества и акционерные общества (с долей государства в уставном капитале и без таковой).

По принадлежности (подчиненности) предприятия делятся на АО, товарищества и иные субъекты предпринимательской деятельности, в том числе и АО, созданные в процессе приватизации государственных предприятий связи.

По подотраслевому признаку (по видам предоставляемых услуг) различают предприятия (учреждения) почтовой связи и телекоммуникации, основанные на электрической связи, в том числе телевидения, радиосвязи, радиовещания.

В зависимости от состава предоставляемых услуг предприятия могут быть объединенного типа, результатом деятельности которых является несколько услуг связи (или услуги нескольких подотраслей связи), специализированные, предоставляющие своим клиентам одну услугу (или услуги одной подотрасли). Примером таких предприятий связи является междугородная или городская телефонные станции (сеть), имеющие статус юридического лица. Правда, в последние годы специализированных предприятий становится все меньше по ряду причин, связанных с необходимостью повышения эффективности их работы, что находит отражение в расширении спектра предоставляемых услуг данной подотрасли (например, справочная служба на городской телефонной сети) и диверсификации или организации производства услуг иных областей связи (например, связи с подвижными объектами, радиопоиск и по месту и роли в процессе производства и реализации продукции различают: предприятия (учреждения), непосредственно обслуживающие потребителей при реализации различных услуг связи (производители и продавцы услуг); предприятия (учреждения), непосредственно не

связанные с обслуживанием клиента, а обеспечивающие производственный процесс по передаче сообщений и информации (производители систем и средств связи). В зависимости от монополизма различают естественные и временные монополии, а по обслуживаемой территории международные операторы; национальные операторы: федеральные, региональные и местные.

Кроме того, заметим, что отрасль связи объединяет эксплуатационные предприятия (учреждения), предприятия промышленности средств связи, строительные предприятия и предприятия материально-технической комплектации, научно-исследовательские и проектные институты, конструкторские бюро, высшие и средние специальные учебные заведения.

Можно было бы продолжить классификацию предприятия связи с применением иных критериев. Но уже приведенного выше достаточно для того, чтобы оценить всю сложность системы управления и регулирования в отрасли связи и масштабность задач по организации и обеспечению ее функционирования.

Учитывая, что проявившаяся в последнее время тенденция к росту числа предприятий связи и расширению спектра их особенностей сохранится и в будущем, основным направлением совершенствования, повышения эффективности системы управления и регулирования является создание адекватной ситуации механизма, позволяющего сформировать соответствующий нормативно-правовой режим взаимоотношений предприятий друг с другом, а также с государством в лице государственных органов управления, контроля и координации, регулирования.

Контрольные вопросы.

1. Значимость управления отраслей связи в условиях рынка?
2. Что понимаете под системой управления. Из каких подсистем оно состоит?
3. Что включает в себя управленческий цикл?
4. Дайте понятие методу управления и перечислите основные группы?
5. Какие рыночные преобразования произошли в отраслях связи?
6. Раскройте состав и организационную структуру отрасли связи?
7. Какие типы предприятий связи знаете?
8. Что можно отнести основным принципам регулирования отрасли ?

Ключевые слова.

Система управления, подсистема, управленческий цикл, организационная структура, связь, информатизация, информационно-коммуникационные технологии, потребительская стоимость, инфраструктура, метод управления, предприятие, производство, классификация, телекоммуникации.

Литература.

1. Закона Республики Узбекистан «О телекоммуникациях» 1999г. Август.
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий», 2002.
3. Каримов И.А. «Узбекистан по пути углубления экономических реформ» Т.: Узбекистан, 1998
4. Арипов А.Н., Махмудов М.М. Ценовая политика и методология формирования тарифов на услуги телекоммуникаций.//Ж. Экономический вестник Узбекистана. 2003. №6. С. 36-39.
5. М.А.Горелик, Е.А.Голубицкая «Основы экономики телекоммуникаций связи» М.:Радио связь. 1997.
6. Голубицкая Е.А., Жигульская Г.М. Экономика связи: Учебник для вузов. - М.: Радио и связь, 2003.

3. ГЛАВА. ОСНОВЫ ПЛАНИРОВАНИЯ В ОТРАСЛИ СВЯЗИ

План:

3.1. Роль и значение планирования в управлении производством.

3.2. Стратегическое планирование развития связи.

3.3. Бизнес-план предприятия связи и его основные разделы.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература.

3.1. Роль и значение планирования в управлении производством.

Углубление экономических реформ в стране создает стабильный ход преобразований, направленных на создание рыночных отношений в экономике. Рынок требует гибкости производства, его восприимчивого к достижениям НТП развития научных исследований и разработок в организации производства. Изменения на предприятиях должны быть организованы таким образом, чтобы люди были заинтересованы в производительном труде, в получении максимальной прибыли (дохода), в выпуске высококачественной продукции, конкурентоспособности на рынке.

Устойчивое и эффективное развитие любой компании в рыночных условиях во многом зависит от возможности предвидения траектории изменения рыночной конъюнктуры в долгосрочной и краткосрочной перспективе и учете ее динамики при организации конкретных направлений производственной и коммерческой деятельности. Методическим инструментом такого предвидения является планирование, которое представляет собой один из видов (способов) регулирования экономики на различных иерархических уровнях управления.

В общем случае под планированием понимается процесс разработки, реализации и контроля выполнения планов на конкретный временной интервал, основанный на использовании объективной информации и направленный на достижение поставленных целей. Иными словами, планирование — это наиболее достоверная количественная оценка и интерпретация событий, которые могут произойти в будущем, в определенный момент времени. Разработка и реализация планов является важнейшей функцией управления любым хозяйствующим субъектом, которая позволяет определить оптимальные темпы развития производства с учетом потребностей рынка, соизмерить имеющиеся ресурсы с предстоящими расходами, связанными с выпуском запланированного объема продукции или услуг, оценить эффективность бизнеса и положение компании в соответствующем рыночном сегменте.

Изменение системы общественных отношений, неуклонное движение экономики Республики Узбекистан к рынку, все большая открытость мировым экономическим и интеграционным процессам в области внешнеэкономических связей потребовали больших изменений в правильном управлении и планировании производства.

Переход к рыночным отношениям и процесс разгосударствления собственности приводит к серьезным изменениям в содержании, структуре, психологии хозяйствования, что в свою очередь требует кардинальных изменений в области планирования.

Планирование — это комплекс работ по разработке и организации выполнения планов отрасли, подотрасли или предприятия. Сущность планирования заключается в том, что оно является средством предвидения хода развития производства.

В условиях перехода к рыночной экономике планирование не только не теряет своей актуальности, но и становится ключевой функцией управления производством. Опираясь на результаты изучения рынка, оно способствует его формированию и развитию на основе сочетания стратегического и маркетингового планирования, рыночного ценообразования и системы доведения товаров и услуг до потребителей.

При разработке планов развития связи необходимо соблюдение определенных пропорций:

1. Пропорция между развитием средств связи и производительных сил страны. Закономерность пропорционально-опережающего развития связи известна давно в виде зависимости телефонной плотности и от валового национального продукта, приходящегося на душу населения.
2. Пропорция между подотраслями связи. В качестве примера можно указать на пропорцию между развитием сети междугородной телефонной связи и местной телефонной связи (в настоящее время из-за недостаточности развития местная телефонная сеть тормозит развитие междугородной).
3. Пропорция между отдельными звеньями сети связи. Здесь имеются в виду пропорции между магистральной и внутризонавой составляющими или между станционными и линейными сооружениями сети.

Поскольку связь относится к отраслям производственной инфраструктуры, создающей условия для эффективного функционирования всего общественного производства, высокие требования предъявляются к методологии планирования развития отрасли. Традиционно при разработке планов использовались (и продолжают применяться) такие методы, как балансовый, нормативный, метод экономического анализа, экспертные методы. Наиболее перспективными и пока еще недостаточно разработанными в отрасли связи являются экономико-математические методы (ЭММ). Экономико-математические модели планирования развивают систему научных исследований, направленных на выявление тенденций развития связи, а результаты моделирования способствуют выработке экономической стратегии на определенный период. Модели планирования могут отражать экономические процессы, обладающие большой инерционностью (так называемые модели пассивного прогноза), а могут базироваться на принципах экономической динамики, учитывающей возможность определенного воздействия на ход экономических процессов (модели активного прогнозирования). В решении задач экономического планирования различают два подхода:

1. Разработка моделей развития по имеющейся информации, т.е. по принципу от прошлого к будущему.

2. Разработка моделей, в которых определены будущие ориентиры, на основе которых по специальным алгоритмам осуществляется движение к настоящему. Именно этот класс моделей адекватен системе стратегического планирования.

3.2. Стратегическое планирование развития связи.

Развитие отрасли связи и информатизации является одним из важнейших направлений структурной перестройки экономики Узбекистана, поскольку эта сфера не только обеспечивает информатизацию общества республики, но и способствует формированию ее экономического потенциала.

В условиях рынка меняется система планов в отрасли. Если раньше действовала централизованная система планирования (в соответствии с которой разработка планов осуществлялась на основе "контрольных цифр", доводимых до предприятия от вышестоящих органов управления), то в настоящее время каждое предприятие разрабатывает планы самостоятельно.

В рамках маркетинговой концепции управления различают два вида планирования:

- стратегическое, намечающее долгосрочные направления деятельности отрасли, подотрасли или предприятия;
- маркетинговое, основой которого является бизнес-план предприятия, разрабатываемый, как правило, на год и представляющий собой программу производственной деятельности на этот период.

Сущность стратегического планирования состоит в разработке стратегий и путей

(методов) их реализации. Стратегическое планирование приходит на смену долгосрочному, существующему долгое время в системе централизованно разрабатываемых планов. При разработке долгосрочных планов обычно анализировались сложившиеся тенденции изменения (как правило, роста) экономических показателей, выявленные на основе анализа данных ряда предшествующих периоду планирования лет, а затем путем экстраполяции производилась оценка этих показателей на будущее. Другими словами, в традиционной системе долгосрочного планирования при оценке перспектив шли от прошлого к будущему (которое однозначно предполагалось лучше прошлого). В системе стратегического планирования отсутствует предположение о том, что будущее обязательно лучше, и кроме того, меняется исходный принцип планирования, который можно сформулировать таким образом: от будущего к настоящему.

Стратегическое планирование можно представить как последовательность ряда этапов (рис.3.2.1.).

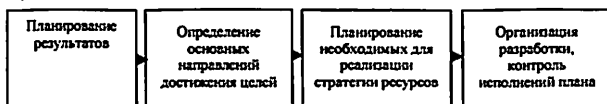


Рис.3.2.1.-Этапы стратегического планирования.

Для разработки стратегии развития необходим анализ экономического положения отрасли или предприятия, целью которого является выявление факторов, влияющих на развитие и определение места, занимаемого на рынке. Влияющие факторы подразделяют на внутренние и внешние. К внутренним факторам относятся существующая на предприятии организационная структура и система управления, зарубежные партнеры и внутренние поставщики, а к внешним — дефицит ресурсов, динамика цен на материалы и электроэнергию, число потребителей и их структура. Одним из важных моментов такого анализа является оценка плановой деятельности на соответствие действующей системы планирования требованиям дальнейшего развития.

При стратегическом планировании различают три вида результатов:

- “идеал” - предельно возможный результат, к которому следует стремиться;
- “цель” - результат, достижимый в течение предсказуемого периода;
- “задача” - результат, который достигается за определенное время.

Каждому виду результатов присущ конкретный тип планирования. Первому виду результатов соответствует нормативное планирование, второму — стратегическое, а третьему - тактическое планирование.

После того, как сформирована глобальная цель - вывод предприятия из убыточных в рентабельные, прибыльные, доходные и т.д. Она разлагается на совокупность подцелей, для реализации которых вырабатываются собственные стратегии конкурентоспособность, увеличение объема реализации услуг, снижение затрат, внедрение новых технологий и т.д.

Центральной проблемой стратегического планирования является разработка технологической стратегии. Все остальные виды стратегий, так или иначе, связаны технологической, дополняют ее, а в совокупности определяют содержание стратегического плана.

Технологическую стратегию составляют:

- анализ сложившегося научно-технического уровня производства; разработка специальных мер для отбора технологий, обеспечивающих конкурентоспособную продукцию;
- разработка конкретных действий на основе стратегических решений в области технологического развития.

При выработке технологической стратегии необходима ее оценка с позиций финансово-экономических целей предприятия. Задача технологической стратегии состоит в создании новых продуктов (услуг), способных принести предприятию необходимую прибыль (заполнить стратегический разрыв). Исходной точкой применения метода является количественная оценка результатов, которые необходимо достичь, — требуемый уровень спроса, определенный по результатам маркетинговых исследований (и соответствующая ему прибыль). После этого рассчитываются ожидаемые результаты деятельности предприятия в рамках существующего рынка потребителей, действующей номенклатуры услуг и организации управления на предприятии. Ожидаемый уровень можно оценить на основе экстраполяции сложившихся тенденций развития.

Затем проводится количественная оценка между требуемыми и ожидаемыми результатами, и формируются возможные пути заполнения стратегического разрыва, определяются варианты решения проблем, которые оцениваются в первую очередь по ресурсам.

К внутренним резервам покрытия дополнительных потребностей в производственных мощностях относятся рациональная организация производственного процесса, более полное освоение имеющихся производственной мощности (ПМ). В соответствии с действующими нормами их освоения, расконсервация оборудования, активизация услуг за счет улучшения качества и рекламирования с целью доведения фактических показателей пропускной способности ПМ до нормативных и т.д.

Если же предприятие не имеет возможности полностью удовлетворить весь прогнозируемый спрос только с помощью внутренних резервов, то необходимо определить прирост (ввод) производственных мощностей за счет капитальных вложений. При этом следует иметь в виду, что финансовые средства и материальные ресурсы надо в первую очередь направлять на своевременное обновление действующих основных фондов, особенно их активной части. Это позволит увеличить степень удовлетворения потребностей в услугах, снизить затраты на капитальный ремонт и увеличить производственную мощность предприятия за счет замены устаревшего оборудования новым, более производительным. Поэтому имеющиеся в распоряжении предприятия средства необходимо преимущественно направлять на техническое перевооружение и реконструкцию действующих основных фондов, поскольку такие формы воспроизводства дают наибольший эффект в самые короткие сроки и имеют самые низкие удельные капитальные вложения на единицу производственной мощности.

Для успешной деятельности предприятий в условиях рыночной экономики, повышения качества и конкурентоспособности услуг на внутреннем и внешнем рынках необходимо, чтобы как действующая, так и прогнозируемая материально-техническая база соответствовала требованиям научно технического прогресса, нормативам экономической эффективности и мировому уровню с точки зрения электронизации и компьютеризации производственных процессов.

3.3. Бизнес-план предприятия связи и его основные разделы.

Актуальность бизнес планирования очевидно в нынешних условиях реальной действительности. Прежде всего, это связано с переходом от командной модели экономики, при которой планирование осуществлялось централизованно, к рыночным отношениям. Современный рынок предъявляет серьезные требования к предприятию. Сложность и высокая подвижность происходящих в нем процессов создают новые предпосылки для более серьезного применения планирования. Бизнес-план является основой любого коммерческого проекта, обеспечивающего успех.

Бизнес-план коммерческой идеи или инвестиционного проекта предназначен для представления потенциальным партнерам или инвесторам с целью привлечения их для совместного бизнеса. Он может быть оформлен в виде концепции и использован для выяснения степени заинтересованности возможных партнеров и инвесторов в реализации

предлагаемого проекта, а может быть представлен в развернутом виде с отражением результатов маркетинговых исследований, обоснованием стратегий освоения новых рынков и оценкой предполагаемых результатов (эффектов) внедрения.

Бизнес-план организации (операторской компании) — это развернутая программа деятельности, дающая обоснованную и системную оценку перспектив развития компании на ближайший период и перспективу, исходя из потребностей рынка и возможностей оператора по их удовлетворению. Он рассматривается не только как инструмент оперативного управления и контроля, но и как необходимый документ, позволяющий регулирующим органам, руководству компании, акционерам, сотрудникам организации и другим заинтересованным лицам оценить эффективность поставленных целей и оптимальность стратегии и тактики их достижения.

Бизнес-план филиала или структурного подразделения предназначен для представления руководству организации (управляющей компании) в качестве программы хозяйственной деятельности с целью обоснования приоритетов развития, объемов требуемых ресурсов и источников их покрытия.

Бизнес-план как заявка на кредит разрабатывается в целях получения на коммерческой основе заемных средств от организации-кредитора.

Бизнес-план как заявка на грант необходим для получения средств из государственного бюджета, различных общественных и международных фондов для решения конкретных социально значимых задач.

В современной экономической теории бизнес-план (БП) используется для выполнения нескольких функций:

- разработки концепции производства. Эта функция особенно важна в период создания нового предприятия или в моменты обоснования новых направлений деятельности для существующих предприятий;
- планирования, позволяющего оценить возможности существующего или нового направления деятельности и контролировать выполнение БП;
- привлечения денежных средств (ссуды или кредиты), без которых в настоящее время практически невозможно осуществить какой-либо значительный проект. Однако банки предоставляют кредит только при наличии заложенного определенных гарантий, одной из которых является наличие обоснованного БП;
- привлечения к реализации планов партнеров (потенциальных), которые могут, вложить или собственные средства, или собственные технологии.

Нужно отметить, что бизнес-план — это не регламентированный документ, то есть он не имеет строго формализованной структуры, обязательной для всех компаний. Разделы бизнес-плана могут описываться в зависимости от профиля деятельности организации, специфики бизнеса, масштабов производства, целей планирования и других факторов. Бизнес-плана состоит из следующих разделов.

Первый раздел — это титульная страница бизнес-плана. Оно обычно содержит название организации, ее юридический и фактический адреса, телефоны, e-mail, адрес сайта (если таковой имеется), наименование и полные реквизиты собственников компании, наименование и краткое пояснение сути проекта, информацию об его разработчиках и дате составления.

Раздел резюме пишется в последнюю очередь после того, как бизнес-план в целом составлен, но по последовательности прилагается после титульного листа. Оно должно включать в себя основные идеи и суть проекта, сжатое описание всех ключевых положений бизнес-плана и его основных частей, включая прогноз спроса и затраты на реализацию. В заключительной части резюме суммируются факторы будущего успеха организации. Здесь также может быть отражено описание плана действий для достижения поставленной цели.

Следующим по последовательности описывается раздел бизнес-плана «Описание продуктов (услуг)» раскрывает характеристику основных позиций тарифной

номенклатуры на планируемый период в подотраслевом разрезе с выделением новых, инновационных услуг, имеющих высокий потенциал реализации. Здесь же указываются главные потребители, прогнозируемый спрос и запланированный объем реализации, который составляет основу всего бизнес-плана.

В разделе «История развития компании» приводятся данные о времени ее организации, форме собственности, учредителях, структуре акционерного капитала, наименовании и номерах лицензий на операторскую деятельность, числе филиалов и дочерних предприятий. Анализ состояния отраслевого рынка призван отразить абсолютные его размеры (потенциальную емкость), дать характеристику основных рыночных сегментов и их чувствительности к внутренним и внешним факторам. В этом разделе необходимо установить основных конкурентов компании, оценить их и собственную долю на рынке, определить целевые сегменты, которым будет уделено особое внимание при расширении производства услуг.

Оценка и выбор конкурентной стратегии должны присутствовать в бизнес-плане, даже если оператор на текущий момент является единственным производителем услуг на конкретном товарном или региональном рынке, поскольку в плановом периоде могут появиться новые конкурирующие организации связи, а также может возникнуть конкуренция со стороны взаимозаменяемых услуг. Учитывая возможности компании и состояние рыночной среды, выбирается стратегия достижения конкурентных преимуществ и способы ее конкретного приложения.

Следующий раздел это производственный план. В этот раздел — наиболее объемный и детализированный раздел бизнес-плана. В нем без лишних технических подробностей отражаются главные компоненты производственно-коммерческой деятельности организации, включая:

- план объема услуг в натуральном выражении в разрезе тарифной номенклатуры;
- план доходов от услуг связи и выручки от продаж;
- план расходов по обычным видам деятельности, связанным с производством и реализацией услуг.

В пояснительной записке к данному разделу отражаются потребности в основных фондах и производственных мощностях, материальных затратах, персонале. Здесь же определяются поставщики и подрядные организации, которые будут вовлечены в производственный процесс компании.

Маркетинговый план досконально описывает систему продаж услуг конечным потребителям. В нем отражаются мероприятия по изучению рынков сбыта, продвижению услуг, их рекламе и других механизмов активизации спроса, а также составляется смета расходов на реализацию плана маркетинга и оценивается дополнительная прибыль, получаемая в результате внедрения маркетинговой программы.

В разделе организационного плана раскрываются организационно-правовые формы компании, распределением полномочий и ответственности, системой управления и организационной структурой.

Финансовом плане определяется требуемые финансовые ресурсы для выполнения бизнес-плана по периодам его реализации, а также результативность деятельности при установленных показателях производственного плана и верности маркетинговых исследований. В финансовом плане отражаются все денежные потоки — затраты, выручка от реализации, налоги и прибыль. В данном разделе подробно описывается потребность организации в финансовых ресурсах, предполагаемые источники и схемы финансирования, условия кредитования, ответственность заемщиков и система гарантий. Здесь же дается описание возможных рисков и определяется стратегия оператора по их минимизации.

План исследований и разработок включается в бизнес-план организации, если она проводит или предполагает проведение исследований и разработок по различным аспектам технико-технологической и организационно-экономической деятельности. В

таких случаях в данном разделе отражаются направления исследований и разработок, величина затрат на НИОКР и планируемые эффекты от внедрения, квалификация персонала соответствующего подразделения, его оснащенность, реальные достижения исследований.

Приложения - это документы, на основе которых разрабатывались соответствующие разделы бизнес-плана: результаты маркетинговых исследований, подробное описание новых, предполагаемых к выводу на рынок услуг, развернутые характеристики конкурентов и оказываемых ими услуг, сравнительный анализ тарифных планов конкурентов и прочие расчетные и аналитические материалы, используемые в процессе бизнес - планирования.

Нетрудно заметить, что все основные разделы бизнес-плана взаимосвязаны и взаимозависимы друг от друга. Например, производственный план по определению объемов услуг опирается на данные маркетинговых исследований по оценке спроса, а при определении показателей финансового плана в части планируемых размеров доходов и расходов за основу берутся соответствующие данные производственного плана и т.д. Соответствующие взаимосвязи учитываются в процессе непосредственной разработки бизнес-плана, который имеет внутреннюю логику и охватывает серию этапов от постановки задачи до текстового описания отдельных разделов бизнес-плана.

Контрольные вопросы.

1. Раскройте значение и роль планирования в управлении производством?
2. Какие определенные пропорции необходимо соблюдать при разработке плана?
3. Какие виды планирования знаете, перечислите и дайте понятие?
4. Перечислите этапы стратегического планирования?
5. Дайте понятие бизнес планированию?
6. Каковы основные разделы и показатели бизнес-планов?
7. Поясните содержание основных этапов бизнес-планирования.

Ключевые слова.

Планирование, рыночная экономика, производство, стратегическое планирование и маркетинговое планирование, бизнес- план, связь, информатизация, информационно-коммуникационные технологии, потребительная стоимость, инфраструктура, рыночное ценообразование, товары, услуги, предприятие, классификация, телекоммуникации.

Литература.

1. Закона Республики Узбекистан «О телекоммуникациях» 1999г. Август.
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий», 2002.
3. Каримов И.А. «Узбекистан по пути углубления экономических реформ» Т.: Узбекистан, 1998
4. Арипов А.Н., Махмудов М.М. Ценовая политика и методология формирования тарифов на услуги телекоммуникаций. //Ж. Экономический вестник Узбекистана. 2003. №6. С. 36-39.
5. М.А.Горелик, Е.А.Голубицкая «Основы экономики телекоммуникаций связи» М.: Радио связь. 1997.
6. Голубицкая Е.А., Жигульская Г.М. Экономика связи: Учебник для вузов. - М.: Радио и связь, 2003.

4. ГЛАВА. ФИНАНСЫ ПРЕДПРИЯТИЙ СВЯЗИ.

План:

4.1. Особенности финансовой деятельности предприятий в рыночных условиях.

4.2. Основные методы, цели и задачи финансового анализа предприятий связи.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература.

4.1. Особенности финансовой деятельностью предприятий в рыночных условиях.

Развитие рыночных отношений в республике поставило хозяйствующие субъекты различных организационно-правовых форм в такие жесткие экономические условия, которые объективно обуславливают проведение ими сбалансированной заинтересованной политики по поддержанию и укреплению финансового состояния, его платежеспособности и финансовой устойчивости. Оценка финансового состояния является частью финансового анализа. Характеризуется определенной совокупностью показателей, отраженных в балансе по состоянию на определенную дату. Финансовое состояние характеризует в самом общем виде изменения в размещении средств и источников их покрытия.

Финансовое состояние является результатом взаимодействия всех производственно-хозяйственных факторов: труда, земли, капитала, предпринимательства.

Финансовое состояние проявляется в платежеспособности хозяйствующего субъекта, в способности вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков в соответствии с хозяйственными договорами, возвращать кредиты, выплачивать зарплату, вовремя вносить платежи в бюджет.

Основная цель анализа финансового состояния заключается в том, чтобы на основе объективной оценки использования финансовых ресурсов выявить внутрихозяйственные резервы укрепления финансового положения и повышения платежеспособности.

Цель анализа финансового состояния определяет задачи анализа финансового состояния, которыми являются:

- оценка динамики, состава и структуры активов, их состояния и движения;
- оценка динамики, состава и структуры источников собственного и заемного капитала, их состояния и движения;
- анализ абсолютных и относительных показателей финансовой устойчивости предприятия и оценка изменения ее уровня;
- анализ платежеспособности хозяйствующего субъекта и ликвидности активов его баланса.

Основными источниками информации для анализа финансового состояния хозяйствующего субъекта являются:

- информация о технической подготовке производства;
- нормативная информация;
- плановая информация (бизнес-план);
- хозяйственный (экономический) учет, оперативный (оперативно-технический) учет, бухгалтерский учет, статистический учет;
- отчетность (публичная финансовая бухгалтерская отчетность (годовая), квартальная отчетность (непубличная, представляющая собой коммерческую тайну), выборочная статистическая и финансовая отчетность (коммерческая отчетность, производимая по специальным указаниям), обязательная статистическая отчетность);
- прочая информация (публикации в прессе, опросы руководителя, экспертная информация).

С развитием технических средств информационного обеспечения управленческой деятельности, т.е. с помощью компьютерной сети и телекоммуникации стало возможным. С одной стороны накапливать базы данных внутрифирменной информации, а с другой –

получить незамедлительно всю необходимую для оперативной деятельности информацию и использовать её в процессе управления. Если раньше внутрифирменная система информации ориентировалась в основном на внешних пользователей, то в современных условиях она выполняет, прежде всего, задачи обеспечения эффективного функционирования фирмы.

Прежде всего, это относится к транснациональным корпорациям, которые отличаются огромным масштабом производственно-хозяйственной деятельности, имеющей интернациональный характер, сложное и наукоемкое производство, технологический процесс которого расщеплен по многим дочерним предприятиям, расположенным в разных странах. Вместе с тем в связи с консолидированной собственностью управленческий учет осуществляется по всем компаниям, объединенным единым титулом собственности и управленческие решения, касающиеся глобальных проблем финансово-хозяйственной деятельности, принимаются на уровне материнской компании.

Трудность часто заключается в том, что стандарты учета и отчетности разрабатываются и устанавливаются на основе национального законодательства страны местонахождения дочерней компаний, поэтому дочерней компании приходится вести двойной финансовый учет: один – для местных налоговых властей, а другой – для отчетности перед материнской компанией. В связи с этим многие фирмы перешли на ведение учета и отчетности в соответствии с международными стандартами учета и отчетности, разработанными специализированными международными организациями или международной практикой учета.

Управленческий учет тесно связан с другими функциями управления и прежде всего с планированием. Планирование – исходный пункт управленческого цикла. При определении целей и задач финансово-хозяйственной деятельности опирается на анализ экономической информации о результатах финансово-хозяйственной деятельности фирмы в прошлые, текущие и будущие периоды. Система учета призвана обеспечить сбор, хранения, обобщение необходимой информации для экономического анализа. Управленческий учет как система внутрифирменного управления включает в себя четыре вида учета и отчетности: бухгалтерский, оперативный, финансовый и статистический. Каждый, из которых выполняет свои специфические функции и имеет определенные формы отчетности.

Бухгалтерский учет представляет собой глобальную информационную систему о результатах текущей хозяйственной фирмы, предназначенную для оперативного управления и обеспечения финансовой и статистической отчетности фирмы. Цель бухгалтерского учета является создание информационной базы для управления.

В составе годового бухгалтерского отчета предприятия имеются следующие формы, представляющие информацию для анализа финансового состояния:

- форма № 1 «Бухгалтерский баланс». В нем фиксируется стоимость (денежное выражение) остатков внеоборотных и оборотных активов капитала, фондов, прибыли, кредитов и займов, кредиторской задолженности прочих пассивов. Баланс содержит обобщенную информацию о состоянии хозяйственных средств предприятия, входящих в актив, и источников их образования, составляющих пассивы. Эта информация представляется «на начала года» и «на конец года», что и дает возможность анализа, сопоставления показателей, выявления их роста или снижения. Однако отражение в балансе только остатков не дает возможности ответить на все вопросы собственников и прочих заинтересованных служб. Нужны дополнительные подробные сведения не только об остатках, но и о движении хозяйственных средств и их источников. Это достигается подготовкой следующих форм отчетности:

- форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках»;
- форма № 3 «Отчет о движении капитала»;
- форма № 4 «Отчет о движении денежных средств»;
- форма № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу».

«Пояснительная записка» с изложением основных факторов, повлиявших в отчетном году на итоговые результаты деятельности предприятия, с оценкой его финансового состояния.

Введение бухгалтерского учета предполагает выявление доходов и прибылей по результатам всех коммерческих операций. Учет доходов и прибылей ведется регулярно, как правило, ежемесячно, а с применением компьютера—ежедневно. Бухгалтерский учет—это не только введение бухгалтерских записей, но и их анализ и интерпретация, что предполагает установления зависимости между финансовыми результатами и темп событиями, которые привели к этим результатам. Такую информацию необходимо иметь управленческому звену при выборе лучшего варианта действий.

Оперативный учет обслуживает текущие повседневные управлений фирмой. В его основе лежит бухгалтерский учет. Информация оперативного учета всегда направлена на управление определенными видами хозяйственной деятельности или отдельными операциями. Иными словами оперативный учет в основном выполняет функцию текущего регулирования и контроля за научно-технической и производственно-сбытовой деятельностью фирмы. Основными показателями оперативного учета является доходы и затраты, включая калькулирование себестоимости всех видов выпускаемой продукции.

Финансовый учет представляет собой систему сбора, обобщения и хранения информации об использовании всех денежных средств и ресурсов финансово-хозяйственной деятельности фирмы. В него входит учет расчетов с поставщиками, покупателями. Другими организациями и физическими лицам, а также учет всех финансовых операций (акций и дивидендов, облигаций и векселей, кредитов и процентов, инвестиций). На основе данных финансового учета выявляется финансовый результат (прибыль фирмы или убыток) и составляется финансовый отчетность; балансовый отчет (баланс); отчет о доходах (отчет о прибылях и убытках); отчет о финансовом положении и др. Это информация выражается совокупностью определенными образом сформированных экономических показателей, на которых строится финансовая отчетность служит источникам данных для инвесторов, банков, налоговых и статистических органов, для контролирующих органов (ревизора), для составления периодической отчетности, представляемой акционерам фирмы.

Статистический учет является обязательным для каждой фирмы. Однако статистическая информация в отличие от финансовой может быть не сплошной, в выборочной. Статистический учет может, осуществляется как по данным оперативного и финансового учета, так и с помощью самостоятельного наблюдения. Статистическая информация дополняет финансовую, в частности, о тех процессах и явлениях который не имеют стоимостной оценки. Статистический учет ведется по другим принципами, нежели бухгалтерский.

Все четыре вида управленческого учета—бухгалтерский, оперативный, финансовый и статистический—объединяются одним понятием «экономическая информация». Она составляет базу для принятия управленческих решений.

От способа обработки и передачи информации (ручная, механизированная, автоматизированная) зависит методология учета, трудоемкость работы. Оперативность представления информации на соответствующей уровне управления, экономичность всей информационной системы.

В зависимости от способа оформления информации она делится на документированную и не документированную.

К документированной информации относится все документ (включая перфоленты, магнитные ленты, перфокарты, магнитные диски), свидетельствующие о проведении хозяйственных операций. Документированная информация основывается на данных оперативного, бухгалтерского, финансового и статистического учета. Она предоставляется дифференцированно в зависимости от уровня управления и вида принимаемых решений, поскольку для каждого уровня управления заранее определяется

состав и количества необходимой информации. Обычно обеспечение управленческого персонала соответствующей информации зависит от распределения функций между исполнителями. С этой целью для каждого управляющего разрабатываются должностные инструкции, в которых перечисляются функции, которые он определяется для осуществления конкретных видов деятельности и принятия определенных управленческих решений.

Таким образом, информация, основанная на данных учета и отчетности должна быть целенаправленной ориентированной на потребности соответствующего уровня управления. Поэтому управленческий учет и отчетность тесно увязаны с организационной структурой управления фирмой, с распределением полномочий и ответственности между различными подразделениями аппарата управления. Считается, что система управления является ведущим, а система учета обеспечивающим звеном в финансово- хозяйственной деятельности фирмы.

4.2. Основные методы, цели и задачи финансового анализа предприятий связи.

В современных условиях повышается самостоятельность предприятий в принятии и реализации управленческих решений, их экономическая юридическая ответственность за результаты хозяйственной деятельности. Объективно возрастает значение финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов. Все это повышает роль финансового анализа в оценке их производственной и коммерческой деятельности и, прежде всего в наличии, размещении и использовании капитала и доходов. Результаты такого анализа необходимы, прежде всего, собственникам (акционерам), кредиторам, инвесторам, поставщикам, налоговым службам, менеджерам и руководителям предприятий.

Главная цель анализа – своевременно выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности и находить резервы улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности. Качество принимаемых управленческих решений на уровне хозяйствующего субъекта зависит от качества их аналитического обоснования.

Получение небольшого числа ключевых информативных показателей, дающих объективную оценку финансового состояния предприятия, является основной целью финансового анализа. В ходе финансового анализа выявляются изменения в составе имущества хозяйствующего субъекта и в источниках его формирования, в финансовых результатах деятельности (его прибылей и убытков), в расчетах с дебиторами и кредиторами. Исходной базой финансового анализа являются данные бухгалтерского учета и отчетности.

Одним из важнейших приемов является чтение финансовой отчетности и изучение абсолютных величин, представленных в отчетности. Однако данная информация, несмотря на ее значимость для принятия управленческих решений, не достаточна, так как не позволяет оценить динамику основных показателей, место хозяйствующего субъекта среди аналогичных предприятий, что актуально в условиях конкурентной борьбы.

Ключевой целью финансового анализа является получение определенного числа основных (наиболее представительных) параметров, дающих объективную и обоснованную характеристику финансового состояния предприятия. Это относится, прежде всего, к изменениям в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами, в составе прибылей и убытков.

Локальные цели финансового анализа:

- определение финансового состояния предприятия;
- выявление изменений в финансовом состоянии в пространственно-временном разрезе;
- установление основных факторов, вызывающих изменения в финансовом состоянии;
- прогноз основных тенденций финансового состояния.

Аналитика и управляющего (финансового менеджера) интересует как текущее финансовое положение предприятия (на месяц, квартал, год), так и его прогноз на более отдаленную перспективу. Альтернативность целей финансового анализа определяют не

только его временные границы. Она зависит также от целей, которые ставят перед собой пользователи финансовой информации.

Цели исследования достигаются в результате решения ряда аналитических задач:

- предварительный обзор бухгалтерской отчетности;
- характеристика имущества предприятия: внеоборотных и оборотных активов;
- оценка финансовой устойчивости;
- характеристика источников средств: собственных и заемных;
- разработка мероприятий по улучшению финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Данные задачи выражают конкретные цели анализа с учетом организационных, технических и методических возможностей его осуществления. Основными факторами, в конечном счете, являются объем и качество аналитической информации.

Чтобы принимать решения в сфере производства, сбыта, финансов, инвестиций и инноваций, руководству предприятия необходима систематическая деловая осведомленность по вопросам, которые являются результатом отбора, анализа и обработки исходной информации.

На практике необходимо правильно читать информацию об исходных показателях, опираясь на цели анализа и управления. Основной принцип изучения аналитических показателей — дедуктивный метод, т. е. переход от общего к частному, но он должен использоваться многократно. В ходе такого анализа воспроизводится историческая и логическая последовательность экономических факторов и событий, направленность и сила их воздействия на результаты хозяйственной деятельности предприятий.

Диагностика внутренней среды включает в себя разработку мер по эффективному управлению активами, собственным и заемным капиталом предприятия.

Анализ внешней среды осуществляется по следующим параметрам:

- изучение динамики цен на товары и услуги;
- ставок налогообложения и процентных ставок по банковским кредитам и депозитам, курс эмиссионных ценных бумаг;
- деятельности конкурентов на товарном и финансовом рынках и др.

В результате проведенного анализа выявляются возможные альтернативные решения, и осуществляется их оценка на предмет реализации. Реальность принимаемых решений в значительной мере зависит от качества их аналитического обоснования.

Данная методика важна для обоснования выбора делового партнера, определения степени финансовой устойчивости и деловой активности предприятия в условиях предпринимательского риска. Основным источником информации о финансовой деятельности предприятия является его публичная бухгалтерская отчетность. Отчетность предприятия базируется на обобщении данных регистров бухгалтерского учета. Объектами анализа являются экономические службы предприятия, а также заинтересованные в его деятельности внешние пользователи информации. Каждый субъект анализа изучает информацию исходя из своих интересов.

Например, собственникам важно установить эффективность использования активов, собственного и заемного капитала предприятия, их способность генерировать максимальный объем дохода (прибыли). Персонал заинтересован в информации о прибыльности и стабильности предприятия как работодателя с целью иметь гарантированную оплату своего труда и рабочее место.

Банки-кредиторы заинтересованы в информации, позволяющей определить целесообразность предоставления кредитов, условия их выдачи, оценить риск по возвратности кредитов и уплате процентов. Займодавцев, предоставляющих долгосрочные ссуды клиентам, интересует ликвидность предприятия не только по краткосрочным обязательствам, но и его платежеспособность с позиции ее сохранения в будущем.

Инвесторов (в том числе потенциальных собственников) интересует оценка доходности и риска, осуществляемых и прогнозируемых инвестиций, способность

предприятия формировать прибыль и выплачивать дивиденды.

Поставщики и подрядчики заинтересованы в том, чтобы предприятие в срок рассчиталось по своим обязательствам за поставленные товары, оказанные услуги и выполненные для него работы, т. е. финансовая устойчивость как фактор стабильности партнера. Покупатели и заказчики заинтересованы в информации, подтверждающей надежность сложившихся деловых связей и определяющей перспективы их дальнейшего развития.

Налоговые органы пользуются данными бухгалтерской отчетности для реализации своего права на обращение в арбитражный суд с заявлением о признании должника банкротом в связи с неисполнением денежных обязательств перед бюджетами всех уровней. Критерием для определения неудовлетворительной структуры баланса неплатежеспособных предприятий является финансовая устойчивость и ликвидность предприятия.

Внутренние пользователи (руководители и менеджеры) на базе бухгалтерской отчетности осуществляют оценку показателей финансового состояния предприятия, устанавливают тенденции его развития, готовят информацию финансовой отчетности, обеспечивающую всех заинтересованных пользователей.

Информация бухгалтерской отчетности служит исходной базой для принятия решений по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия. Следовательно, финансовый анализ является прерогативой высшего звена управления предприятием, способного принимать решения по формированию и использованию капитала и доходов, а также влиять на движение денежных потоков.

Эффективность локальных управленческих решений по определению цены готового продукта, объема закупок материальных ресурсов или поставок готовой продукции, замены оборудования и технологии оценивается с точки зрения конечного финансового результата.

С помощью финансового анализа принимаются решения по:

- краткосрочному финансированию предприятия (пополнение оборотных активов);
- долгосрочному финансированию (вложение капитала в эффективные инвестиционные проекты и эмиссионные ценные бумаги);
- выплате дивидендов владельцам акций;
- мобилизации резервов экономического роста (роста объема продаж и прибыли).

Поскольку текущий финансовый анализ осуществляется на основе данных бухгалтерского баланса, то можно установить его взаимосвязь с принятием финансовых решений Дирекцией предприятия (рис. 4.2.1.).

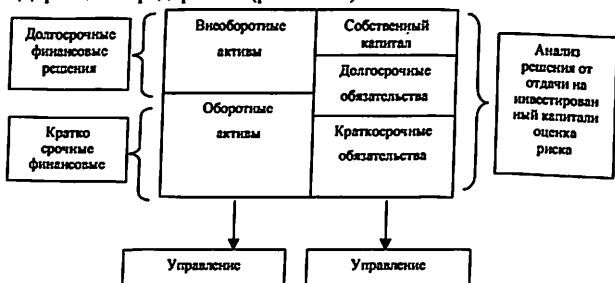


Рис. 4.2.1. Финансовый анализ и его взаимосвязь с принятием и реализацией управленческих решений.

Обеспечение пользователей (особенно внешних) полной и реальной информацией о финансовом состоянии предприятий является ключевой задачей международных

стандартов, в соответствии с которыми строится концепция развития современного бухгалтерского учета и отчетности.

Следовательно, информация, в которой заинтересованы все пользователи, должна давать возможность оценивать способности предприятия генерировать денежные средства, формировать прибыль, а также предоставлять возможность сравнивать информацию за разные периоды времени, чтобы принимать обоснованные управленческие решения.

Финансовый анализ — составная часть общего анализа хозяйственной деятельности предприятий, состоящий из тесно взаимосвязанных разделов:

1. финансового анализа;
2. производственного управленческого анализа.

Классификация анализа на финансовый и управленческий вызвана существующим на практике разделением на бухгалтерский (финансовый) и управленческий учет.

Подобная классификация условна, поскольку внутренний анализ можно интерпретировать как продолжение внешнего анализа и наоборот (рис. 4.2.2.).

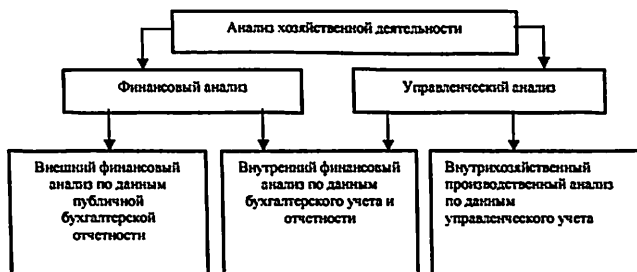


Рис.4.2.2. Взаимосвязь финансового и управленческого анализа.

Финансовый анализ, который базируется на данных публичной бухгалтерской отчетности, приобретает черты внешнего анализа, так как ее изучение проводят сторонние партнеры предприятия, заинтересованные в его информации. При ознакомлении с публичной отчетностью используется ограниченный объем информации о деятельности хозяйствующего субъекта, что не позволяет достоверно оценить все стороны его деятельности.

Характерные особенности внешнего финансового анализа следующие:

- 1) многообразие субъектов анализа — пользователей информации о деятельности предприятия;
- 2) различие целей и интересов субъектов анализа;
- 3) использование типовых методик, стандартов учета и отчетности;
- 4) ориентация анализа только на публичную, внешнюю отчетность предприятия;
- 5) максимальная открытость результатов анализа для пользователей информации о работе предприятия.

Партнеры предприятия осуществляют внешний финансовый анализ по следующим направлениям:

- ◆ анализ финансовой устойчивости, ликвидности баланса и платежеспособности;
- ◆ анализ эффективности использования активов, собственного и заемного капитала;
- ◆ изучение абсолютных показателей прибыли;
- ◆ анализ относительных показателей доходности;
- ◆ общая оценка финансового состояния предприятия и др.

При проведении внутреннего финансового анализа в качестве источника информации кроме публичной бухгалтерской отчетности используются данные и

синтетического бухгалтерского учета (журналы-ордера, главная книга и др.), нормативная и плановая информация, которая имеется на предприятии. Основное содержание анализа может быть дополнено и другими аспектами, имеющими принципиальное значение для руководства предприятия, такими как изучение состояния запасов, анализ динамики дебиторской и кредиторской задолженности, долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений и т. д.

Специфическими чертами управленческого анализа являются:

- ◆ ориентация результатов анализа на интересы руководства предприятия;
- ◆ использование максимального объема информации для анализа;
- ◆ комплексность анализа, т. е. изучение всех аспектов деятельности предприятия;
- ◆ взаимодействие системы планирования, учета и анализа в целях принятия решений;
- ◆ максимальная закрытость результатов анализа для сохранения коммерческой тайны.

Основным вопросом для понимания содержания и эффективности финансового анализа является концепция предпринимательской деятельности (бизнеса) как системы решений об использовании ресурсов (капитала) для получения прибыли. Прибыль как форма дохода предприятия выступает как конечный финансовый результат, создающий необходимые условия для сохранения его экономической жизнеспособности и дальнейшего развития. Независимо от сферы осуществления бизнеса его конечная цель остается неизменной. Все многообразие управленческих решений для достижения ключевой цели любого бизнеса можно выразить тремя аспектами:

- ◆ решения по вложению ресурсов (капитала);
- ◆ мероприятия, осуществляемые с помощью этих ресурсов;
- ◆ оценка экономической эффективности реализуемых мероприятий (финансовых операций, инвестиционных проектов).

Своевременное и качественное обоснование финансовых и инвестиционных решений характеризует содержание комплексного финансового анализа в любой сфере предпринимательской деятельности. Исходной базой для финансового анализа являются данные бухгалтерского учета и отчетности, изучение которых помогает восстановить все ключевые аспекты коммерческой деятельности и совершенных операций в обобщенной форме, т. е. с необходимой для аналитика степенью агрегирования.

Практикой выработаны основные методы финансового анализа, среди которых можно выделить следующие:

- горизонтальный анализ;
- вертикальный анализ;
- трендовый анализ;
- сравнительный (пространственный) анализ;
- факторный анализ;
- метод финансовых коэффициентов.

Горизонтальный (временной) анализ состоит в сравнении показателей бухгалтерской отчетности с показателями предыдущих периодов. Наиболее распространенными приемами горизонтального анализа являются:

- простое сравнение статей отчетности и изучение их резких изменений;
- анализ изменения статей отчетности в сравнении с колебаниями других статей.

При этом особое внимание уделяется случаям, когда изменение одного показателя по экономической природе не соответствует изменению другого показателя.

Вертикальный анализ осуществляется в целях определения удельного веса отдельных статей баланса в общем итоговом показателе и последующего сравнения результата с данными предыдущего периода.

Трендовый анализ основан на расчете относительных отклонений показателей

отчетности за ряд периодов (кварталов, лет) от уровня базисного периода. С помощью тренда формируются возможные значения показателей в будущем, т. е. осуществляется прогнозный анализ.

Сравнительный (пространственный) анализ проводится на основе внутрихозяйственного сравнения, как отдельных показателей предприятия, так и межхозяйственных показателей аналогичных фирм-конкурентов.

Факторный анализ — это процесс изучения влияния отдельных факторов (причин) на результивный показатель с помощью детерминированных или стохастических приемов исследования. При этом факторный анализ может быть как прямым (собственно анализ), так обратным (синтез). При прямом способе анализа результивный показатель разделяется на составные части, а при обратном отдельные элементы соединяются в общий результивный показатель.

Контрольные вопросы.

1. В чем заключается основная цель анализа финансового состояния предприятий связи?
2. Перечислите источники информации для анализа финансового состояния хозяйствующего субъекта?
3. Что понимаете под управленческим учетом, и какие виды учета и отчетности знаете?
4. Какие цели и задачи финансового анализа?
5. Перечислите основные методы финансового анализа?
6. Расскажите взаимосвязь финансового и управленческого анализа?

Ключевые слова.

Финансы, финансовый анализ, ликвидность активов, управленческий анализ, кредит, пассив, активы, производство, связь, информатизация, финансовая устойчивость, трендовый анализ, баланс предприятия, отчетность, прибыли, убытки, движение капитала, движение денежных средств, рыночное ценообразование, товары, услуги, предприятие, оценка экономической эффективности.

Литература.

1. Закона Республики Узбекистан «О телекоммуникациях» 1999г. Август.
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий», 2002.
3. Каримов И.А. «Узбекистан по пути углубления экономических реформ» Т.: Узбекистан,
4. Арипов А.Н., Махмудов М.М. Ценовая политика и методология формирования тарифов на услуги телекоммуникаций. //Ж. Экономический вестник Узбекистана. 2003. №6. С. 36-39.
5. М.А. Горелик, Е.А. Голубицкая «Основы экономики телекоммуникаций связи» М.: Радио связь. 1997.

5. ГЛАВА. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ.

План:

5.1. Значение обеспеченности предприятий трудовыми ресурсами в условиях рынка.

5.2. Методы определения производительности труда.

5.3. Факторы, влияющие на производительность труда.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература.

5.1. Значение обеспеченности предприятий трудовыми ресурсами в условиях рынка.

Переход к рыночной экономике вносит радикальные изменения во все сферы жизнедеятельности людей, и в первую очередь в сферу труда. Коренным образом меняется отношение работников к средствам производства: в условиях акционирования и приватизации каждый член производственного коллектива может стать держателем акций, совладельцем своего предприятия, непосредственно заинтересованным в его эффективной работе, расширении и совершенствовании. Это обуславливает изменение политики в области использования и воспроизводства трудовых ресурсов и организации их труда.

Человек является активным участником и фактором производства. Изучение системы показателей состава, движения, воспроизводства и эффективности использования трудовых ресурсов - важнейшая задача экономики.

Под трудом понимается целесообразная деятельность людей, направленная на создание материальных и культурных ценностей. Роль труда в развитии человека и общества проявляется в том, что в процессе труда создаются не только материальные и духовные ценности, но и развиваются сами работники, которые приобретают навыки, раскрывают свои способности, пополняют и обогащают знания. С понятием "труд" неотъемлемо связано понятие "трудовые ресурсы". Трудовые ресурсы - это трудоспособная часть населения, обладающая физическими и интеллектуальными способностями к трудовой деятельности, способная производить материальные блага или оказывать услуги.

Размеры, структура и качество трудовых ресурсов, обеспеченность ими и их использование оказывают решающее влияние на повышение эффективности оказания услуг почтовой связи. Структура и численность работников на предприятиях почтовой связи зависит от их организационно- правового статуса, специализации и форм собственности.

Для характеристики обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами сравнивают запас труда с трудоемкостью производства, а также численностью трудовых ресурсов.

Уровень трудообеспеченности представляет собой отношение годового фонда (запаса) рабочего времени к совокупной трудоемкости производства.

Годовой запас рабочего времени представим в виде формулы:

$G_f = ax + v$, где:

a - годовой фонд рабочего времени одного работника, чел.ч.;

x - число трудоспособных, чел.;

v - фактически отработанное рабочее время, чел. ч.

Для определения годового запаса рабочего времени на одного трудоспособного нужно из числа календарных дней в году (365-366) исключить выходные и праздничные дни (60) - Дотл; длительность очередного отпуска (24) - Дпр, дни не участия в связи с болезнями и родами (12) - Дб;

В среднем годовой запас рабочего времени равен 269-270 рабочих дней или 1890 часов. Общий годовой запас рабочего времени неравномерно распределен по территории

страны и внутри каждого региона по отдельным населенным пунктам. Он зависит от численности проживающих в одной местности трудоспособных.

Рост производства продукции предприятий, может быть, достигнут либо за счет увеличения количества применяемых ресурсов, либо за счет рационального использования трудовых ресурсов. Основной экономической категорией, которая характеризует эффективность использования трудовых ресурсов, является производительность труда. Она выражает связь между объемом производства и затратами труда.

Под производительностью труда понимают результативность конкретного труда, эффективность целесообразной производственной деятельности человека в течение определенного рабочего времени. Это соотношение между количеством произведенной продукции и рабочим временем, затраченным на ее производство. Производительность труда представляет собой способность конкретного труда человека производить определенное количество потребительных стоимостей в единицу рабочего времени или, чем меньше затрачивается времени на производство единицы продукции, тем выше его производительность труда.

Наряду с производительностью труда принято использовать и некоторые другие показатели, называемые нормами труда.

Норма времени - количество времени, необходимое для производства определенных операций, выпуска единицы продукции или осуществления комплекса работ.

Норма выработки - показатель, обратный норме времени - количество операций, натуральных единиц продукции или полуфабрикатов, производимых в единицу времени.

Норма обслуживания - показатель, используемый при планировании штатов обслуживающего и вспомогательного персонала.

Выработка на одного работающего - отношение стоимости произведенной продукции (или количества в натуральных показателях) к общей численности персонала организации. От производительности труда отличается тем, что производительность труда используется почти исключительно применительно к численности рабочих - персонала, непосредственно занятого выпуском продукции, а при расчете выработки на одного работающего в расчет берется и вспомогательный и управленческий персонал.

При производстве продукции затрачивается как живой, так и прошлый, овеществленный в средствах производства, материалах и др. труд и перенесенный на новый продукт конкретным трудом. Живой труд приводят в движение созданные в прошлом времени средства производства.

Труд, как процесс всегда является живым. Но, когда процесс труда завершен, и продукт его вышел за пределы производства, весь воплощенный в продукте труд представляет овеществленный (прошлый) труд. Овеществленный труд по сравнению с овеществленным промышленным трудом обладает меньшей эффективностью, поскольку последний играет важную роль в техническом оснащении сельского хозяйства.

Труд, затраченный на предшествующих этапах и на конечной стадии производства, представляет собой совокупный труд. Он создает стоимость конкретного продукта, а труд, затраченный на конечном этапе производства, создает новую стоимость продукта. В этой связи следует различать показатели эффективности затрат всего труда (совокупного) и показатели эффективности затрат только вновь присоединенного (живого) труда.

Экономическая сущность повышения производительности труда состоит в том, что при производстве продукта доля живого труда сокращается, а доля прошлого (овеществленного) труда возрастает, но увеличивается таким образом, что общая сумма труда на производство продукта уменьшается. При этом количество живого труда сокращается больше, чем увеличивается количество прошлого (овеществленного) труда.

В процессе прошлого труда приходится около 17%, а живой труд занимает 83%. С внедрением в производство достижений научно-технического прогресса соотношение затрат прошлого и живого труда изменяется в сторону увеличения затрат

овещественного и уменьшения затрат живого труда.

Производительность труда является сложной экономической категорией. Она характеризуется системой полных, прямых, обратных и косвенных показателей. Прямые показатели производительности труда рассчитываются как отношение объема произведенной продукции к количеству затраченного времени:

$$П = В/ПТ \quad (1)$$

Это основной (полный) и главный показатель производительности труда, который наиболее полно характеризует эффективность использования трудовых ресурсов.

Уровень производительности труда может быть рассчитан путем деления количества затраченного рабочего времени на размер произведенной продукции. Этот показатель называют трудоемкостью продукции.

$$Т = Т/ВП \quad (2)$$

Данный показатель чаще встречается в практике анализа хозяйственной деятельности предприятия, а также при характеристике эффективности производства по регионам и экономическим районам.

5.2. Методы определения производительности труда.

Повышение производительности труда ведет к экономии трудовых ресурсов, сокращению затрат на заработную плату и общих затрат на производство, что в конечном итоге способствует росту прибыли и рентабельности, т.е. повышению эффективности деятельности предприятий связи. В то же время за счет роста производительности труда предприятия связи при неизменной или даже уменьшенной численности производственного персонала обеспечивают передачу большего объема информации, способствуют экономии времени потребителей, что ведет к росту производительности общественного труда в других отраслях и сферах производства.

Производительность труда может измеряться в тех же единицах, что и объем услуг. Однако натуральный и условно-натуральный измерители ввиду их особенностей используются для определения производительности труда на отдельных рабочих местах или в цехах и на участках, создающих сходные по своей физической сущности услуги. В различных предприятиях и хозяйствах производительность труда определяется различными способами в зависимости от того, какими единицами измерен объем производства и затраты труда.

Использование разных единиц и методов определения объемов продукции и трудозатрат давало более двух десятков способов определения выработки продукции на предприятиях. Выясним их достоинства и недостатки.

Существует три основных способа измерения объема продукции: натуральный, трудовой и стоимостной.

Натуральный - когда объем производства выражается в физических единицах. Такой способ представляется наиболее точным, но он имеет весьма ограниченную сферу применения, так как редкое предприятие выпускает однородную продукцию. Следовательно, натуральный измеритель объема производства неприменим для большинства предприятий. В этом его существенный недостаток. Используют еще условно-натуральный метод изучения объема производства, основанный на приведении различных изделий к одному измерителю. Область применения этого метода тоже невелика, он имеет смысл для обобщения показателей объемов производства лишь некоторых отраслей народного хозяйства.

Трудовой метод основан на использовании для характеристики объема производства норм трудовых затрат-норм-часов. Он применим для оценки уровня производительности труда на отдельных участках производства, в цехах, но требует строгой обоснованности применяемых норм. При разной напряженности такой метод дает существенные искажения, поэтому его применение не имеет широкого распространения.

Стоимостной метод наиболее универсален, он позволяет проводить сравнение

уровня и динамики производительности труда на предприятиях, в их группах, отраслях, по регионам, по экономике в целом. Вопрос состоит в том, какой показатель стоимости применять для исчисления объема производства.

Показатель валовой продукции, на основе которого долгие годы планировали и учитывали объем производства, был хорош тем, что продукция разных предприятий и за разные годы исчислялась в единых оптовых ценах предприятий по состоянию на какое-то время. Это позволяло инвестировать изменение цен в разные периоды и добиваться сопоставляемости показателей. Однако стоимость продукции отражала не только затраты труда, но и стоимость потребленного сырья, материалов, покупных полуфабрикатов, деталей и узлов, поступающих по кооперации. Более дорогое сырье, поступающее в обработку увеличивало стоимость валовой продукции и, соответственно, показатель производительности труда без какого-либо участия работников предприятия.

В стоимости валовой продукции входила также разность в стоимости незавершенного производства на начало и конец периода. Это давало возможность предприятиям повышать стоимость валовой продукции.

Теоретически наиболее полное представление о вкладе предприятия в создание продукции давал показатель чистой продукции- вновь созданной стоимости, так как на его величину не влияли затраты на сырье, материалы, топливо, энергию, покупные полуфабрикаты и узлы, он свободен от суммы амортизационных отчислений. Чистая продукция (зарботная плата с начислениями плюс прибыль) точно характеризовала вновь созданную стоимость, если продукция реализовывалась бы по рыночным ценам. Но в нашей действительности большое место занимали монопольные цены, которые искажали реальный вклад предприятия в создание новой стоимости, и установление стоимости чистой продукции становится тоже проблематичным.

Показатель условно-чистой продукции включал в себя помимо заработной платы с начислениями и прибыли также сумму амортизации основных средств. Применяется он в отраслях с высоким уровнем технического оснащения. Практика использования этого измерителя объема производства при значительной рентабельности различных изделий и больших колебаниях доли прибыли в оптовой цене предприятий не давала надежных результатов сопоставляемости реального вклада предприятия в выпуск продукции и его отражения в виде соответствующей величины прибыли.

Трудозатраты (Т) наиболее точно отражаются отработанным количеством человеко-часов. Но их подсчет достаточно трудоемок.

Человеко-дни дают менее точный результат трудозатрат по сравнению с человеко-часами, потому что они не учитывают внутрисменных простоев.

Среднесписочная численность персонала по сравнению с человеко-днями не учитывает целодневных простоев, но, тем не менее, именно показатель среднесписочной численности персонала использовался при подсчетах годовой производительности труда, что обеспечивало сопоставимость показателей разных предприятий и по народному хозяйству в целом. Показатели же часовой и дневной выработки применяли при внутрипроизводственном анализе хозяйственной деятельности предприятия.

На основании анализа достоинств и недостатков показателей объема производства и трудозатрат следует отметить, что любое из возможных сочетаний имело определенный экономический смысл, а выбор их определялся конкретными задачами измерения уровня производительности труда. Наиболее универсальным способом определения выработки на предприятии будет расчет величины чистой продукции предприятия за год, приходящегося на одного среднесписочного работника этого предприятия за год.

Другой показатель производительности труда- трудоемкости- представляет сумму затрат на единицу продукции.

Для определения трудоемкости единицы продукции, трудозатраты на все производство делим на объем выпускаемой продукции за определенный период (см. формулу (2)).

Для целей планирования и анализа труда рассчитывали трудоемкость отдельных операций, изделий, работ. Технологическую трудоемкость (Тт) определяли затраты труда основных рабочих-сдельщиков и повременщиков. Ее рассчитывали по производственным операциям, деталям, узлам и готовым изделиям.

Трудоемкость обслуживания (То) представляли затраты труда вспомогательных цехов и подразделений, занятых обслуживанием производства. Ее расчет производили по каждой операции, изделию, либо пропорционально технологической трудоемкости изделий.

Производственная трудоемкость (Тпр) слагалась из трудоемкости технологической и обслуживания, т.е. это затраты труда основных и вспомогательных рабочих на выполнение единицы работ.

$$Тпр = Тт + То \quad (3)$$

Трудоемкость управления (Ту) складывается из затрат труда руководителей, специалистов и др. служащих. Часть таких затрат, которые непосредственно связаны с изготовлением изделий, прямо относили на эти изделия; другую часть, которая непосредственно не связана с изготовлением изделий, относили к ним пропорционально трудоемкости.

Полная трудоемкость продукции (Тп) отражала все затраты труда на изготовление каждого изделия и всей их суммы. Ее определяли по формуле:

$$Тп = Тт + То + Ту + Тпр + Ту \quad (4)$$

Различают трудоемкость нормативную, плановую и фактическую.

Нормативную трудоемкость рассчитывают на основе действующих норм труда; норм времени, норм выработки, норм обслуживания, норм численности. Ее используют для определения общей величины трудозатрат, необходимых как для изготовления отдельных изделий, так и на выполнение всей производственной программы.

Плановая трудоемкость отличается от нормативной на величину снижения трудозатрат, планируемых в текущем периоде за счет реализации организационно-технических мероприятий.

Фактическая трудоемкость - это сумма совершенных трудозатрат на выпущенный объем продукции или выполненный объем работ.

Производительность труда - показатель динамичный. Она постоянно изменяется под воздействием множества причин и факторов. Степень и направленность влияния факторов на производительность труда в сельском хозяйстве не одинаковы. Одни из них способствуют снижению затрат труда, другие ведут к увеличению производства продукции сельского хозяйства, а третьи оказывают влияние одновременно и на экономию труда и на рост производства продукции.

5.3. Факторы влияющие на производительность труда.

В зависимости от степени и характера влияния на уровень производительности труда факторы можно объединить в три группы: материально-технические, организационно-экономические и социально-психологические.

Материально-технические факторы связаны с использованием новой техники, прогрессивной технологии, новых видов сырья и материалов.

Комплекс материально-технических факторов и их влияние на изменение производительности труда можно охарактеризовать следующими показателями:

- энерговооруженность труда - потребление всех видов энергии на одного промышленного рабочего;
- электровооруженность труда - потребление электроэнергии на одного рабочего;
- техническая вооруженность труда- объем основных производственных фондов, приходящихся на одного работника;
- уровень механизации и автоматизации- доля рабочих, занятых механизированным и автоматизированным трудом;

- химизация производства- применение прогрессивных материалов и химических процессов.

Важный материально-технический фактор- повышение качества продукции, удовлетворение общественных потребностей меньшими затратами средств и труда. Этот фактор обеспечивает экономию не только труда, но и сырья, материалов, оборудования, энергии и др.

Организационно-экономические факторы определяются уровнем организации труда, производства и управления. К ним относятся:

- совершенствование организации управления производством, в том числе:
- совершенствование структуры аппарата управления;
- совершенствование систем управления производством;
- улучшение оперативного управления производством и его процессами;
- внедрение и развитие автоматизированных систем управления производством;
- совершенствование организации производства, в том числе:
- улучшение материально-технической и кадровой подготовки производства;
- улучшение организации производственных подразделений;
- совершенствование организации вспомогательных служб и хозяйств: транспортного, складского, энергетического, инструментального, хозяйственно-бытового и др. видов производственного обслуживания.

Социально-психологические факторы - это качество трудовых коллективов, их социально-демографический состав, уровень подготовки, дисциплинированности, трудовой активности и творческой инициативы работников, система ценностных ориентаций, стиль руководства в подразделениях и на предприятиях в целом и др.

Кроме того, на уровень производительности труда могут в большой мере влиять такие объективные факторы, как: природно-климатические условия в местности расположения хозяйства, укомплектованность техникой и уровнем ее производительности и т.д. В последнее время появился новый фактор, оказывающий существенное влияние на уровень производительности труда в конкретных хозяйствах - уровень безработицы в регионах вообще и безработицы рабочих, в частности. Этот показатель служит дополнительным фактором мотивизации работников и повышения уровня качества и количества производимой продукции.

Классификация факторов позволяет выявить причины, которые вызвали изменения производительности труда. Их изучение необходимо, чтобы точнее оценить влияние каждого, ведь действия их неравномерны. Одни дают устойчивый прирост производительности труда, другие переходящий. Отдельные факторы требуют различных условий и затрат для приведения их в действие. Классификация факторов роста производительности труда создает условия для проведения экономических расчетов по определению степени воздействия их на изменение производительности труда.

Для полного анализа производительности труда необходимо определить резервы увеличения производительности труда, как по каждому виду продукции, так и по хозяйству в целом.

Резервы используются и вновь возникают под влиянием научно-технического прогресса. Количественно резервы можно определить как разницу между достигнутым и максимально возможным уровнем производительности труда за определенный промежуток времени.

Степень использования резервов влияет на уровень производительности труда. Каждый вид резервов можно рассматривать относительно определенного фактора, а всю совокупность резервов целесообразно классифицировать в соответствии с классификацией факторов. Это дает возможность при проведении анализа выявить основные причины потерь и непроизводительных затрат труда по каждому фактору и наметить пути их устранения.

Другой признак классификации резервов- источник их возникновения . По этому

признаку различают резервы общегосударственные, региональные, межотраслевые, отраслевые и внутрипроизводственные.

По срокам использования резервы делят на текущие и перспективные.

Для использования резервов на предприятиях разрабатывают планы организационно-технических мероприятий, в которых указывают виды резервов роста производительности труда, мероприятия по их реализации, планируемые затраты на это, сроки проведения работ, ответственных руководителей.

Контрольные вопросы.

1. Что понимаете под понятием труд и трудовые ресурсы?
2. Что понимаете под производительностью труда и нормами труда?
3. Какие методы определения производительности труда знаете?
4. Что понимаете под трудоёмкостью и трудозатратами?
5. Какие виды трудоемкости знаете?
6. Какие факторы влияют на производительность труда?
7. Как определяются резервы увеличения производительности труда?

Ключевые слова.

Труд, материальные и духовные ценности, трудовые ресурсы, трудоемкость, трудообеспеченность, рабочее время, производительность труда, производство, норма труда, объем продукции, натуральный метод, валовой продукт, трудозатраты, материально-технические факторы, убытки, потребительная стоимость, товары, услуги, предприятие, экономическая эффективность.

Литература.

1. Закона Республики Узбекистан «О телекоммуникациях» 1999г. Август.
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий», 2002.
3. Каримов И.А. «Узбекистан по пути углубления экономических реформ» Т.: Узбекистан, 1998
4. Арипов А.Н., Махмудов М.М. Ценовая политика и методология формирования тарифов на услуги телекоммуникаций. //Ж. Экономический вестник Узбекистана. 2003. №6. С. 36-39.
5. М.А.Горелик, Е.А.Голубицкая «Основы экономики телекоммуникаций связи» М.: Радио связь. 1997.
6. Голубицкая Е.А., Жигульская Г.М. Экономика связи: Учебник для вузов. - М.: Радио и связь, 2003.
7. Абдурахмонов Қ.Х. и др. Экономика и социология труда. Учебник. –Москва.: 2000.
8. Адамчук В.В. и др. Экономика и социология труда: Учебник для вузов. –М.: ЮНИТИ, 1999.
9. Генкин Б.М. Экономика и социология труда. Учебник –М.: Норма – ИНФРА-М, 1999.
10. Владимирова Л.П. Экономика труда. Учебное пособие -М.: Изд. «Дашков и К», 2000.

6. ГЛАВА. КАЧЕСТВО РАБОТЫ СВЯЗИ.

План:

6.1. Понятие качества работы связи и его значение.

6.2. Пути улучшения качества работы связи.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература.

6.1. Понятие качества работы связи и его значение.

В условиях рынка развитие большинства сфер деятельности в значительной степени определяется тем, насколько эффективно организовано их информационное обеспечение. Информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) активно внедряются и используются как для эффективной организации работы в отраслях экономики, так и для расширения спектра и повышения качества услуг, предоставляемых отраслью. Они играют решающую роль во многих отраслях экономики.

Для связи, имеющей инфраструктурный характер, качество приобретает особенно важное значение. Чем быстрее и точнее передана деловая, общественная и личная информация, надежнее работа средств и систем связи, тем выше результаты общественного производства, управления, бизнеса и социально-экономические условия жизнедеятельности людей. Искажение содержания и задержка передачи информации снижают эффект ее передачи во времени и пространстве. При этом информация теряет свою полезность и ценность для управления, производства, бизнеса и всех субъектов рынка, а также для потребителей частного сектора, а продукт связи свою потребительную стоимость.

Сущность любого производства продукции или предоставления услуги заключается в удовлетворении требований потребителей к потребительной стоимости товара или услуги и их качеству. Это касается всех отраслей общественного производства, но особенно остро проблема качества стоит в отрасли связи, поскольку ее услуги с нарушением качества доходят до потребителя.

В условиях осуществления экономической реформы и информатизации общества существенно возрастают значение и требования к качеству обслуживания средствами связи национальной экономики и населения.

Уровень качества работы связи, определяемый, прежде всего состоянием сети и техническим уровнем средств связи, не отвечает современным требованиям управления экономической и рыночной инфраструктуры, особенно в вопросах развития новых услуг связи, оперативной передачи информации от поставщика к потребителю, а также расширения функции посредничества между поставщиками и потребителями информации, т.е. участия связи в таких составляющих информатизации, как накопление, переработка и распределение предложенной информации.

В настоящее время проблема повышения качества работы для связи носит комплексный характер и связана с решением ее экономических, технических и социальных задач преобразования как единого комплекса. Решение этой проблемы предусматривает раскрытие сущности категории качества работы связи и методов его измерения и управления.

Качество работы является обобщенной характеристикой всех компонентов деятельности предприятия во взаимосвязи с его полезным результатом и выражается, прежде всего, качеством создаваемого продукта или предоставляемых услуг, а также включает качество труда и др.

Вследствие неотделимости процессов потребления и производства услуг связи особенность качества работы связи состоит в том, что оно отражает как процесс

производства услуг, так и процесс их потребления, т.е. обслуживания деловой сферы и населения.

Качество работы связи — это обобщенная характеристика деятельности предприятий, организаций связи и их отдельных работников по целому ряду эксплуатационных производственно-технических, социально-экономических, морально-психологических параметров. Качество работы связи зависит от множества факторов внешней и внутренней среды и определяется финансово-экономическими условиями ее развития, техническим уровнем средств связи, организацией производства, состоянием сети пунктов связи и технической эксплуатацией средств и сооружений связи, достижениями научно-технического прогресса в технологиях и системах передачи информации, результативностью использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов, запросами потребителей к количеству и качеству услуг и степени их удовлетворения.

В условиях перехода к рыночным отношениям приоритет качества работы признан основным направлением совершенствования хозяйственной деятельности предприятий и организаций связи, распространяемым не только на ее услуги, но также на инвестиции в производство и науку, планирование производства и его организацию, нормирование, оплату и организацию труда, ценообразование.

Качество услуг является важнейшей составной частью качества работы. Качество услуги отражает совокупность свойств и меру ее полезности, обуславливающую способность удовлетворять какие-либо потребности. Качество услуг связи характеризуется показателями, оценивающими свойства услуг, которые обуславливают их пригодность удовлетворить требования клиентуры к скорости, точности передачи сообщений и надежности средств связи, а также отражающими процесс обслуживания потребителей, т.е. доступность, удобство пользования средствами связи, степень удовлетворения потребностей в услугах, культуру и сервисность обслуживания. Для потребителей важна степень удовлетворения его потребностей, т.е. готовность и возможность связи предоставлять услуги в удобное для него время, в удобном месте и с высоким качеством.

Под качеством услуг связи потребитель понимает конечный результат деятельности связи по удовлетворению его требований к скорости и точности передачи сообщений, удобству и надежности средств связи. Качество услуг связи обладает специфическими свойствами, отличающими его от качества промышленной продукции. Специфичность качества услуг вызвана их особенностями по сравнению с продукцией промышленности.

Процесс потребления услуг связи в зависимости от процесса их производства брак продукции предприятий связи не может быть устранен и доходит до потребителя, нанося ему материальный и моральный ущерб. Эта же особенность обуславливает неравномерность спроса на услуги и поступления нагрузки на предприятия связи по часам суток, дням недели, месяцам года, что приводит к необходимости резервирования оборудования и средств связи для обеспечения требуемого качества в периоды наибольшей нагрузки.

Взаимосвязь различных предприятий и сетей связи при предоставлении законченной услуги вызывает необходимость применения единых технических норм и качественных характеристик. С целью обеспечения высокого качества предоставления услуг потребители сети связи должны быть защищены от проникновения оборудования, не соответствующего установленным нормам.

Требования к качеству услуг определяются теми функциями, которые выполняет связь в рамках общественного разделения труда в системе хозяйствования, управления, обороноспособности и личной жизни людей. Они выражаются техническими параметрами и стандартами, например: требования к скорости пересылки сообщений — контрольными сроками, требования к точности и надежности действия связи — техническими нормами и условиями. Чем выше жизненный и технический уровень, тем выше требования к

качеству услуг. При этом более высокие требования к качеству услуг связи сказываются на размере последствий его нарушения, которые могут многократно превзойти затраты потребителя на оплату оказанной ему услуги.

В соответствии с требованиями потребителей и спецификой отрасли связи можно дать следующее определение: под качеством услуги следует понимать совокупность свойств, обуславливающих способность удовлетворять потребности хозяйства страны и населения в быстрой и точной передаче сообщений различными средствами связи. В условиях демополизации отрасли качество услуг связи становится залогом эффективности функционирования и развития телекоммуникационного комплекса, обеспечения его рентабельности и конкурентоспособности услуг. Поэтому вся эксплуатационная и экономическая деятельность предприятия направлена на повышение качества традиционных услуг и обеспечение высокого качества новых услуг, на приведение достигнутого уровня качества услуг в соответствии с существующими, зарождающимися или прогнозируемыми потребностями субъектов хозяйства страны и населения.

Для улучшения качества услуг связи, регламентации требований к нему необходимо измерять и оценивать уровень качества. Уровень качества услуг связи может быть определен как абсолютными, так и относительными показателями. Относительный показатель основан на сравнении фактических характеристик параметров качества с нормативными, допустимыми, базовыми, стандартными значениями, отражающими требования потребителей к качеству услуги.

Из всего многообразия параметров качества услуг связи выбирают основные, наиболее значимые показатели, учитывающие самые важные их свойства, требования клиентуры и используемые на разных уровнях производственного процесса передачи сообщений. Таким образом, к наиболее существенным и значимым показателям качества услуг связи относятся скорость, точность передачи сообщений, надежность действия.

Для оценки качества работы связи разработан перечень единичных показателей качества услуг подотраслей связи. Источником информации для расчета этих показателей служат данные оперативно-технического и статистического учета, основанные на сплошном и выборочном наблюдениях фактов соблюдения нормативов или нарушения параметров качества предоставляемых услуг и технических средств.

В настоящее время используются следующие показатели качества услуг:

- в почтовой связи процент газет, доставленных подписчикам в день выхода из печати; выполнение контрольных сроков прохождения письменной корреспонденции на магистральных и внутриобластных направлениях; размер утрат и хищений почтовых отправлений, недостач и хищений переводных средств, подписных и розничных средств (в натуральном и денежном измерениях) с выделением нарушений по вине предприятий связи;
- в телеграфной связи — процент телеграмм, переданных и доставленных в контрольные сроки; число телеграмм с браком, выявленным по служебной переписке и жалобам, на 1000 обработанных телеграмм;
- в междугородной телефонной связи — число вызовов, поступивших на заказно-справочные службы и по автоматической связи и не закончившихся разговорами в расчете на 10 000 вызовов;
- в городской и сельской телефонной связи — число заявлений на плохую работу ГТС и СТС на 100 телефонных аппаратов;
- в звуковой проводной связи — продолжительность простоев станций и подстанций радиотрансляционных узлов, происшедших по вине предприятий связи, в процентах к плану вещания; число заявлений о неисправности радиотрансляционных точек на 100 точек;
- в телевидении, радиовещании и радиосвязи — продолжительность перерывов действия теле- и радиовещания (ТВ и РВ) передатчиков, передающих и приемных

радиоканалов по всем причинам, в том числе по причинам, зависящим от данного предприятия (в минутах на 1000 ч работы);

- в спутниковой связи — продолжительность общих и сверхнормативных перерывов действия технических средств на передаче и приеме сообщений всех видов независимо от причин с выделением тех, которые произошли по причинам, зависящим от данного предприятия.

Единичные показатели качества услуг подотраслей связи дают характеристику одного из свойств или одного из параметров качества услуг связи. Для получения обобщенной характеристики качества на уровне предприятия, подотрасли и отрасли связи, представляющих широкую номенклатуру услуг, необходимы соответствующие показатели и методология их расчета.

Теория и практика измерения и оценки качества услуг связи находится в постоянном развитии, целью которого является выработка эффективных принципов и механизма воздействия на элементы хозяйствования для обеспечения высокого качества.

Особенности производственных процессов прохождения почтовых отправок, сетевой характер службы, зависимость от транспортных средств перевозки почты обусловили необходимость разработки специфичной системы интегральной оценки качества почтовых услуг. Она основана на стандартизации (нормировании) единичных показателей качества, соответствующих каждому этапу процесса прохождения почтовых отправок и определенным свойствам качества услуг (скорости пересылки и обслуживания, сохранности, надежности сети), исчислении индивидуальных оценок качественных параметров — индексов соблюдения норм качества и интегрировании этих оценок в четыре показателя:

1. качество эксплуатации,
2. качество обслуживания,
3. качество почтовой службы
4. качество почтовых услуг в зависимости от уровня управления.

Качество услуг связи для потребителя также характеризуется совокупностью показателей, отражающих уровень развития связи и потребления ее услуг, доступность, удобство пользования средствами связи, степень их приближения к потребителям, сервисность и разнообразие услуг связи, культуру и продолжительность непосредственного обслуживания и т.д., объединяемых понятием качества обслуживания потребителей.

Реформирование экономики страны, появление новых субъектов хозяйствования, децентрализация управления, информатизация общества вызывают острую необходимость в оснащении государственных и коммерческих структур современными системами и средствами связи, развитию услуг высокого качества и принципов интегрального обслуживания.

Для удовлетворения потребностей хозяйства страны и населения в услугах связи и информационном обслуживании, создания условий для вхождения в международное информационное пространство потребуются существенное техническое перевооружение и реконструкция отрасли связи.

6.2. Пути улучшения качества работы связи.

В условиях рынка повышение качества работы связи является закономерностью развития отрасли, условием конкурентоспособности предоставляемых ею услуг и жизнестойкости предприятий в условиях рыночной экономики. Но для реализации данной закономерности необходима целенаправленная деятельность по управлению качеством. Обеспечение необходимого уровня удовлетворения потребителей в высококачественных услугах предусматривает целый комплекс организационно-технических и социально-экономических мероприятий и условий производства по достижению требуемого уровня качества традиционных услуг и созданию новых услуг, потребность в которых появляется

с развитием субъектов рынка, технического прогресса и процесса информатизации общества.

Формирование конкурентной среды и единого товарного рынка связи с целью защиты прав потребителей и гармоничного развития телекоммуникационного комплекса "Связь" добавляет к вышеназванным предпосылкам наличие механизма государственного контроля и регулирования деятельности хозяйствующих субъектов в области связи, механизма лицензирования в области услуг связи и выделения полос радиочастот для коммерческих организаций связи, системы сертификации технических средств и услуг связи и контроля за их использованием (предоставлением), нормативно-правовой базы контроля и ответственности за нарушение качества услуг связи. В соответствии с этим основными путями повышения качества услуг и насыщения рынка качественными услугами связи являются: внедрение достижений научно-технического прогресса, организационно-экономические преобразования в отрасли, совершенствование организации производства и труда, управление качеством, усиление ответственности и стимулирования предоставления высококачественных услуг связи.

Научно-технический прогресс в связи заключается в существенном улучшении качественных параметров сетей и средств связи на основе последовательной цифровизации, передачи данных с коммутацией пакетов, систем получения информации из банков данных систем обработки сообщений, объединяющих документальные службы в единую автоматизированную систему обмена различных сообщений между пользователями, информационно-технологических систем, автоматизации производственных процессов. Ускорение внедрения достижений научно-технического прогресса будут способствовать монополизация отрасли, развитие предпринимательства и конкуренции на рынке услуг связи, активизация инвестиционной деятельности в области связи.

Организационно-экономические преобразования в отрасли связи основываются на коммерциализации деятельности, либерализации тарифов на телематические услуги и средства связи, многообразии форм собственности, лицензировании и сертификации, ослаблении прямого государственного регулирования. Появление альтернативных операторов связи (служб, предприятий, организаций, фирм) за счет разгосударствления и приватизации отрасли вызывает конкурентную борьбу за клиентуру, за определенную долю рынка услуг связи, что требует повышения качества предоставляемых отраслью услуг.

В области управления качеством услуг связи большая роль принадлежит изучению потребностей в них, анализу конъюнктуры рынка связи, формированию спроса и другим маркетинговым исследованиям. Анализ существующего и перспективного спроса, предпочтений потребителей и факторов, влияющих на спрос, позволяет выработать оптимальную техническую и тарифную политику, эффективно вкладывать средства в ту область телекоммуникаций, которая обеспечит расширение рынка предоставления услуг и средств связи. Чтобы обеспечить совместимость создаваемых сетей и средств связи, защиту существующих от проникновения оборудования, не соответствующего установленным техническим нормам, равные условия предприятиям, организациям и фирмам на едином рынке услуг связи организуется специальная система их сертификации.

Система сертификации предназначена для обязательной сертификации отечественных и зарубежных средств связи в соответствии с законами "О защите прав потребителей" и «Сертификации продукции и услуг» и является важнейшим элементом проведения технической политики в области связи.

Сертификация услуг связи это документальное подтверждение соответствия услуги стандарту по качественным и техническим характеристикам. Сертификации услуг связи предшествует большая работа по созданию комплекса стандартов (общих, специальных, вспомогательных, терминов и определений), соответствующих международным

требованиям (Международной организации по стандартизации — ИСО, Международного союза электросвязи МСЭ, Всемирного почтового союза — ВПС). Сертификация качества услуг связи должна проходить одновременно с подачей лицензии на право предоставления их потребителям.

Доходы и качество услуг связи в конечном счете представляют собой результат совместной деятельности нескольких предприятий, вклад каждого из которых пропорционален не только затратам, но и уровню качества услуг, поэтому каждое предприятие, участвующее в создании услуги связи сетевой продукции, должно нести ответственность за качество работы.

Методический подход к определению этой ответственности заключается в коррекции доли доходов, отчисляемых предприятию, с учетом качества его работы. Оценка качества работы каждого элемента сети производится по системе единичных показателей качества путем сравнения фактического значения показателя с нормативным показателем. Нормативное значение единичных качественных показателей устанавливается стандартами, нормативными документами или путем согласования между участниками сетевого производственного процесса. Материальная ответственность предприятий за нарушение качества предоставляемой сетевой услуги связи выражается уменьшением перераспределяемых при взаиморасчетах доходов, что стимулирует их повышать качество работы на каждом этапе процесса передачи сообщений.

Особое место в управлении качеством в организациях связи занимает система экономического стимулирования, которая реализуется на основе:

- создания механизма экономической заинтересованности и материальной ответственности операторов и всех членов трудового коллектива за выполнение обязательств по качеству предоставляемых услуг;
- учета качества услуг при формировании тарифной политики и механизма ценообразования.

Первое направление призвано повысить роль экономических стимулов в мотивации труда и создании таких условий, при которых коллектив в целом и отдельные работники заинтересованы в улучшении качества работы связи. Индивидуальная заинтересованность обеспечивается посредством различных премиальных систем и применения специальных программ дифференцированной оплаты труда, при которых размер выплат непосредственно зависит от качественных показателей конкретного исполнителя на своем рабочем месте.

Материальная заинтересованность и материальная ответственность организаций в целом реализуется через систему штрафов, пеней, неустоек, компенсацию потребителям материального и морального вреда за нарушение установленных нормативов и стандартов качества. Поскольку эти выплаты производятся из прибыли, остающейся в распоряжении операторов, соответственно снижаются их возможности по выплате премий и дивидендов по акциям, обеспечению различных льгот работникам, финансированию социального и производственного развития.

Проблема учета качества услуг в системе ценообразования является наиболее сложной и до конца нерешенной. Улучшение потребительских свойств услуг, как правило, сопряжено с повышением расходов операторов на их создание, а значит должно закономерно вести к увеличению тарифов. В то же время, если эти затраты связаны только с обеспечением действующих нормативов качества, то их отражение в тарифах не правомерно. Они могут быть повышены лишь в том случае, если услуга дополняется принципиально новыми свойствами или существенно улучшаются фактические качественные характеристики по сравнению с установленными стандартами и нормативами.

Актуальность проблемы улучшения качества работы связи в условиях нарастающей внутренней и внешней конкуренции для успешной работы отечественных операторов предопределяет необходимость приведения системы показателей качества услуг в

соответствие с международной практикой, как по их составу, так и с точки зрения их количественной регламентации. Внедрение такой системы должно сопровождаться решением широкого круга задач по выявлению и задействованию всех резервов, обеспечивающих повышение фактического уровня качества услуг, оказываемых операторами связи.

Контрольные вопросы.

1. Дайте понятию качества услуг
2. Значение качества услуг в условиях рынка?
3. Какими показателями качества услуг пользуются?
4. Сущность и требования, предъявляемые к качеству услуг связи?
5. Какие технико-технологические факторы определяют уровень качества работы связи?
6. Как осуществляется управление качеством услуг посредством организационно-экономических факторов?
7. Роль экономических стимулов в мотивации труда

Ключевые слова.

Качества услуг, информационные и коммуникационные технологии, информация, почтовая связь, телеграфная связь, телевидение, радиовещание и радиосвязи, производство, звуковая проводная связь, объем продукции, спутниковая связь, валовой продукт, качества обслуживания потребителей, интегральной оценки качества, научно-технический прогресс, организационно-экономические преобразования, сертификация услуг связи, ценообразование, экономическая эффективность.

Литература.

1. Закона Республики Узбекистан «О телекоммуникациях» 1999г. Август.
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий», 2002.
3. Каримов И.А. «Узбекистан по пути углубления экономических реформ» Т.: Узбекистан, 1998
4. Арипов А.Н., Махмудов М.М. Ценовая политика и методология формирования тарифов на услуги телекоммуникаций. //Ж. Экономический вестник Узбекистана. 2003. №6. С. 36-39.
5. М.А.Горелик, Е.А.Голубицкая «Основы экономики телекоммуникаций связи» М.: Радио связь. 1997.
6. Голубицкая Е.А., Жигульская Г.М. Экономика связи: Учебник для вузов. - М.: Радио и связь, 2003.

10'00V 2003

ЛИТЕРАТУРА.

1. Закона Республики Узбекистан «О телекоммуникациях» 1999г. Август.
2. Указ Президента Республики Узбекистан "О мерах по совершенствованию управления в сфере телекоммуникаций" от 28 июня 2000 года № УП-2647
3. Постановление Олий Мажлиса Республики Узбекистан "О некоторых вопросах разгосударствления и приватизации отдельных предприятий и имущества". от 31 августа 1995г.
4. Указ Президента Республики Узбекистан «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий», 2002.
5. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О совершенствовании нормативно-правовой базы в сфере информатизации» от 22.11.2005 г. №256
6. Каримов И.А. «Узбекистан по пути углубления экономических реформ» Т.: Узбекистан, 1998
7. Арипов А.Н., Махмудов М.М. Ценовая политика и методология формирования тарифов на услуги телекоммуникаций.//Ж. Экономический вестник Узбекистана. 2003. №6. С. 36-39.
8. М.А.Горелик, Е.А.Голубицкая «Основы экономики телекоммуникаций связи» М.: Радио связь. 1997.
9. Голубицкая Е.А., Жигульская Г.М. Экономика связи: Учебник для вузов. - М.: Радио и связь, 2003.
10. Срапионов, Е. В. Демина, Г. А. Свистельников и др. Экономика, организация и планирование на предприятиях связи: Учебник для техникумов / О. С. — М. Радио и связь, 1989
11. Н.П. Резникова «Маркетинг в телекоммуникациях», М.:Эко-Трендз, 2002.
12. Соколов В.К., Махмудов М.М. Условия получения предельной прибыли за услуги связи, Сб. научн. тр. «Вопросы моделирования и информатизации экономики». Вып. 16. - Ташкент, 1997.
13. О.С.Срапионова. Экономика связи. М.:Радио и связь, 1998
14. Демина Е.А. Менеджмент на предприятиях связи. М.: Радио и связь, 1998.
15. Абдурахмонов Қ.Х. и др. Экономика и социология труда. Учебник. —Москва.: 2000.
16. Адамчук В.В. и др. Экономика и социология труда: Учебник для вузов. —М.: ЮНИТИ, 1999.
17. Генкин Б.М. Экономика и социология труда. Учебник —М.: Норма – ИНФРА-М, 1999.
18. Владимирова Л.П. Экономика труда. Учебное пособие -М.: Изд. «Дашков и К», 2000.
19. Статистические отчеты предприятий связи и информатизации за отчетные периоды.

10'QUV Z

ВВЕДЕНИЕ

1. ГЛАВА. ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ ОТРАСЛИ СВЯЗИ В УСЛОВИЯХ РЫНКА.

- 1.1. Экономическая характеристика отрасли связи в условиях информатизации общества.
- 1.2. Экономическая характеристика видов и подотраслей связи в условиях рынка.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература.

2. ГЛАВА. УПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛЬЮ СВЯЗИ.

- 2.1. Значение, принципы и методы управления в отраслях связи.
- 2.2. Рыночные преобразования в отраслях связи.
- 2.3. Типы предприятий связи и их классификация.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература.

3. ГЛАВА. ОСНОВЫ ПЛАНИРОВАНИЯ В ОТРАСЛИ СВЯЗИ

- 3.1. Роль и значение планирования в управлении производством.
- 3.2. Стратегическое планирование развития связи.
- 3.3. Бизнес-план предприятия связи и его основные разделы.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература.

4. ГЛАВА. ФИНАНСЫ ПРЕДПРИЯТИЙ СВЯЗИ.

- 4.1. Особенности финансовой деятельности предприятий в рыночных условиях.
- 4.2. Основные методы, цели и задачи финансового анализа предприятий связи.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература.

5. ГЛАВА. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ.

- 5.1. Значение обеспеченности предприятий трудовыми ресурсами в условиях рынка.
- 5.2. Методы определения производительности труда.
- 5.3. Факторы, влияющие на производительность труда.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература.

6. ГЛАВА. КАЧЕСТВО РАБОТЫ СВЯЗИ

- 6.1. Понятие качества работы связи и его значение.
- 6.2. Пути улучшения качества работы связи.

Контрольные вопросы.

Ключевые слова.

Литература

ЛИТЕРАТУРА

ОГЛАВЛЕНИЕ

Подписано в печать 12.10.2009
Гарнитура «Timez New Roman»
Тираж 50 Заказ №413

10'01'11

Подготовлено к изданию и отпечатано в издательско-полиграфическом центре
«ALOQACHI» при Ташкентском университете информационных технологий. 700084,
г.Ташкент, улица Амира Темура, 108.