

Основными элементами управления инвестициями являются оптимально организованная и финансовая структуры, правильно поставленное стратегическое и оперативное планирование, налаженный документооборот, реализованные на практике маркетинговые принципы.

После того как будет оценено состояние основных процессов выполнения функций (бухгалтерского и управленческого учета, сбыта и маркетинга, снабжения, производства и контроля), необходимо:

1. Разработать своеобразный бизнес-план, т.е. оптимальную стратегию автоматизации управления.

2. Произвести необходимые рациональные перестройки.

3. Определить требования к системе.

На взгляд многих экспертов этот путь наиболее эффективный и в финансовом плане менее затратный. В случае игнорирования данного подхода неизбежны прямые экономические потери, которые могут оказаться катастрофичными для бизнеса.

#### ЛИТЕРАТУРА

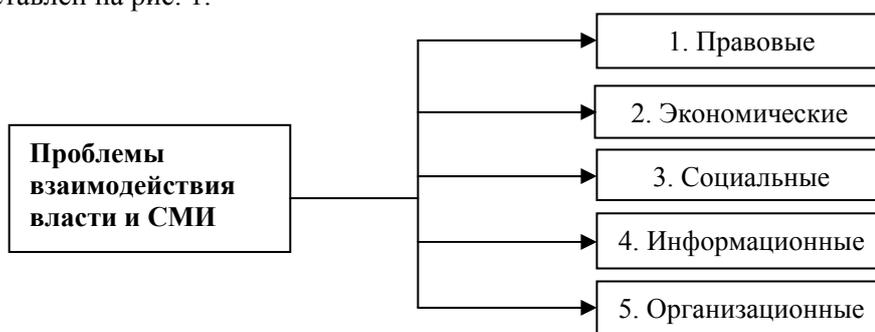
1. Федеральный закон РФ от 21.11.1996 г. № 129-ФЗ «О бухгалтерском учёте».
2. Федеральный Закон РФ от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
3. Ендовицкий Д.А. Бухгалтерский и налоговый учёт на малом предприятии : учебное пособие / Д.А. Ендовицкий, Р.Р. Рахматуллина; под ред. Д.А. Ендовицкого. – М. : КНОРУС, 2007. – 147 с.
4. Соснаускене О.И., Сергеева Т.Ю. Малые предприятия: регистрация, учёт, налогообложение : практическое пособие. – М. : Омега-Л, 2007. – 256 с.

*Е.В. ПЕНЬКОВА*

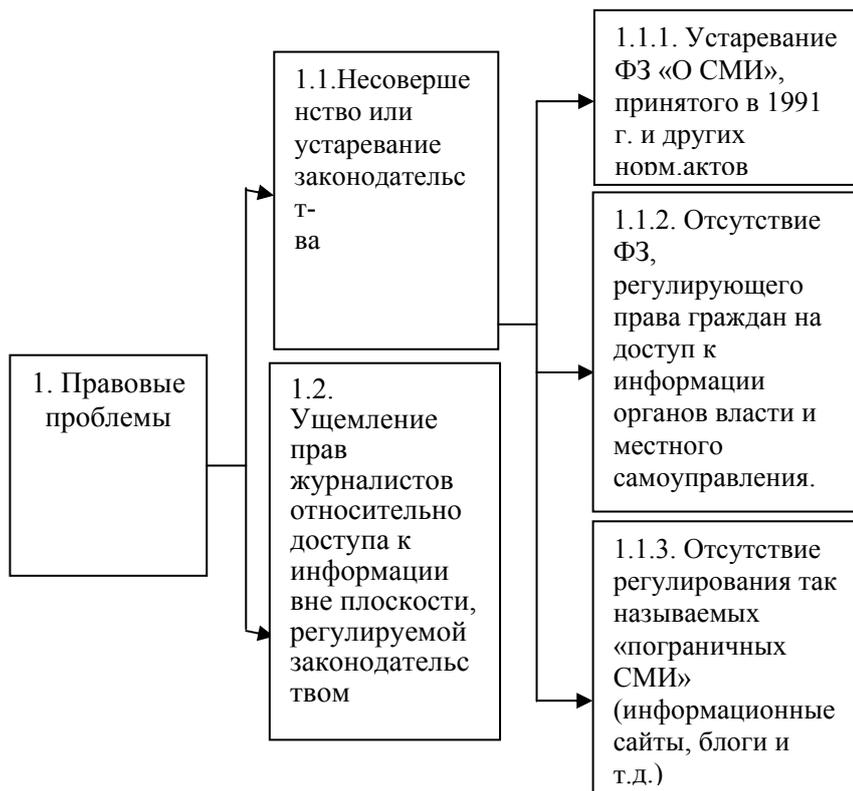
### ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТНЫХ СТРУКТУР И РОССИЙСКИХ МЕДИАПРЕДПРИЯТИЙ, ПУТИ РЕШЕНИЯ ДАННЫХ ПРОБЛЕМ

Рассмотрено взаимодействие и взаимосвязь властных структур и российских медиапредприятий, изложен и классифицирован комплекс проблем, лежащих в этой плоскости. На основе классификации построено подробное «дерево проблем». Представлены пути решения данных проблем.

Взаимосвязь и взаимодействие властных структур и российских медиапредприятий в последнее время претерпевают значительные изменения, связанные с экономическим положением в стране, с изменением базисных принципов развития государства с точки зрения руководства РФ, изменением предпочтений простых граждан и т.д. В соответствии с этими изменениями можно рассматривать комплекс проблем, лежащих в плоскости взаимодействия медиапредприятий и органов власти. Данный спектр проблем представлен на рис. 1.



**Рис. 1.** Основные проблемы, характерные для взаимодействия власти и СМИ



**Рис. 2.** Дерево правовых проблем, возникающих при взаимодействии власти и медиапредприятий

Каждую из этих проблем можно разделить на ряд подпроблем. С позиции медиапредприятия данная классификация поможет обозначить и изучить проблемы и риски, связанные с взаимодействием властей и СМИ.

В частности, ознакомление с правовыми проблемами (рис. 2.) очерчивает для медиапредприятия те границы взаимодействия с властью, в рамках которых руководитель предприятия может действовать с минимальными рисками или без таковых.

В отличие от правовых, экономические проблемы носят менее длительный, но более острый характер. По сути, экономические проблемы являются главным камнем преткновения для развития СМИ на сегодняшний день. Экономические проблемы медиапредприятий представлены на рис. 3.

Социальные проблемы, возникающие при взаимодействии власти и медиапредприятий являются одними из самых обсуждаемых, поскольку в целом ставят вопрос о самом существовании средств массовой информации. Дерево социальных проблем представлено на рис. 4.

Необходимо отметить, что фактически все перечисленные социальные проблемы характерны не только для российских, но и для всех мировых СМИ. Социальные проблемы наиболее тесным образом взаимосвязаны с экономическими проблемами средств массовой информации. Уместно говорить, что экономические проблемы СМИ являются причиной появления большинства социальных проблем.

Информационные проблемы нужно рассматривать через призму специфики деятельности медиапредприятий. По сути, информационные проблемы напрямую зависят от того, на какой стадии развития находятся медиапредприятия того или иного муниципалитета, региона, государства. Дерево информационных проблем представлено на рис. 5.



**Рис. 3.** Дерево экономических проблем, возникающих при взаимодействии власти и медиапредприятий

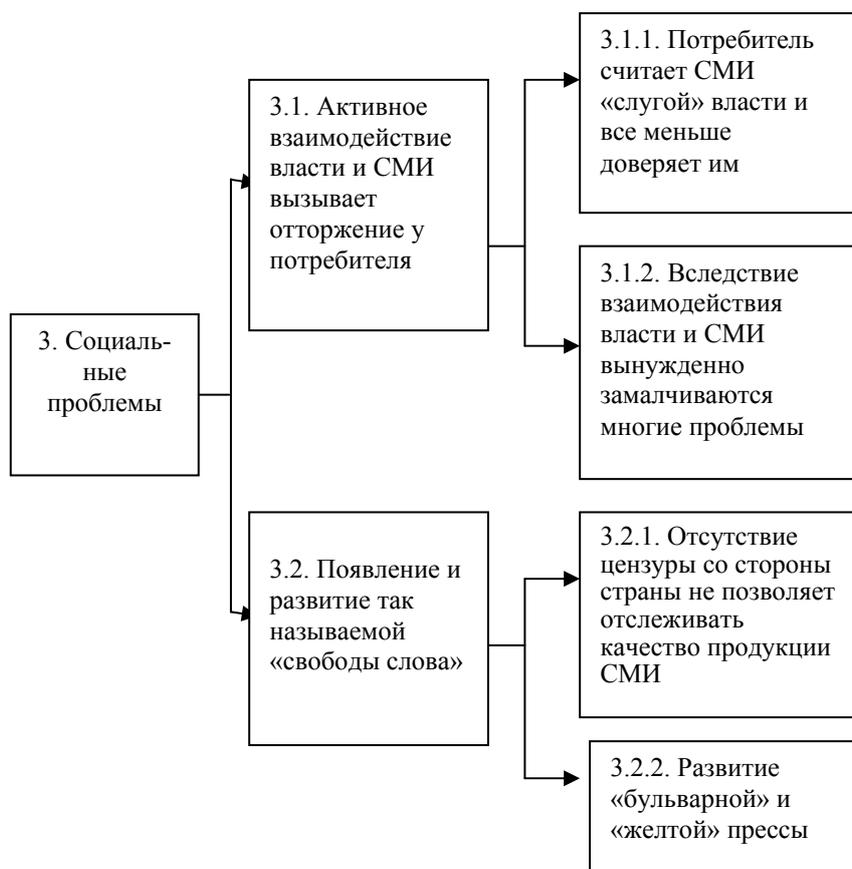
Организационные проблемы, которые сознательно выделяются в последнюю очередь, также во многом связаны со всеми предыдущими проблемами. В данном случае, соответственно, рассматриваются организационные проблемы, возникающие не в случае внутренней работы, а при взаимодействии органов власти и медиапредприятий. Вследствие этого организационные проблемы представлены незначительно. Организационные проблемы представлены на рис. 6.

Таким образом, можно говорить о целом комплексе проблем, возникающих при взаимодействии власти и медиапредприятий, непосредственно влияющих на развитие медиапредприятий. В первую очередь, это социальные, экономические и правовые

проблемы, которые, по сути, и создают то лицо средствам массовой информации, которое они сейчас имеют. Необходимо отметить, что из всех компонентов внешней среды именно с органами власти медиапредприятия имеют большинство точек соприкосновения.

Решения большинства из этих проблем позволит медиапредприятиям выйти на новый уровень развития. Так, в частности, решение правовых проблем поможет:

- 1) Улучшить систему взаимодействия между СМИ и органами власти, обществом и другими структурами.
- 2) Сократить количество нарушений, а, следовательно, и судебных тяжб в сфере СМИ.
- 3) Стабилизировать состояние внешней среды для медиапредприятий.
- 4) Расширить спектр деятельности медиапредприятий.
- 5) Усовершенствовать моральные и этические нормы в сфере деятельности СМИ.



**Рис. 4.** Дерево социальных проблем, возникающих при взаимодействии власти и медиапредприятий

Решение экономических проблем во взаимоотношениях органов власти и СМИ поможет:

- 1) Сделать шаг к созданию в России рынка независимых СМИ.
- 2) Значительно улучшить качество медиапродукции, мобильность и близость к читателю медиапредприятий.
- 3) Диверсифицировать деятельность медиапредприятий в соответствии с потребностями современного общества, информационной эпохи.
- 4) Улучшить качество региональной и муниципальной медиапродукции.
- 5) Усилить рыночную конкуренцию на рынке медиапредприятий, а, следовательно, вычлнить наиболее конкурентоспособные предприятия. и безнравственную информацию, оказывающую негативное влияние на общество.



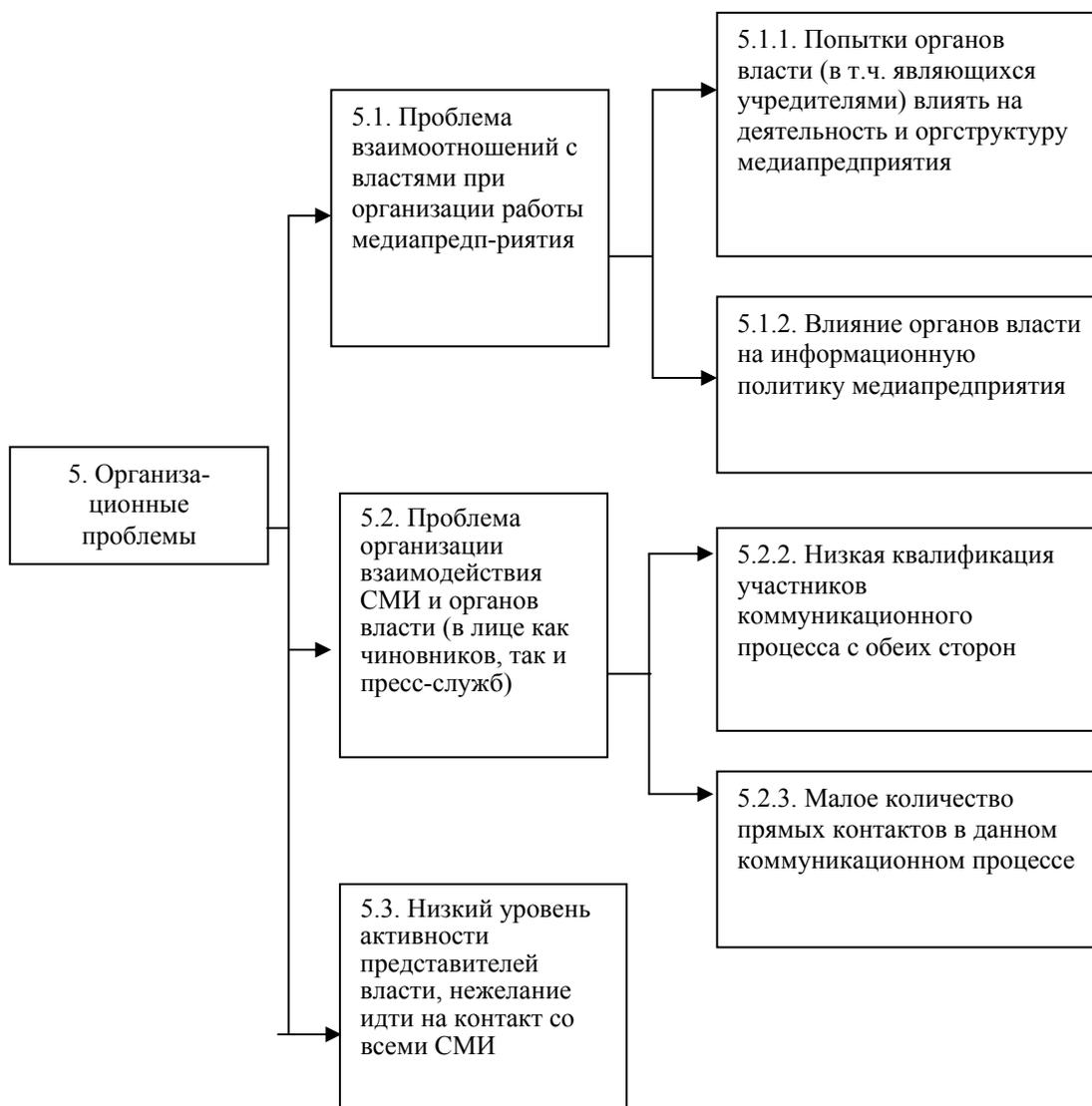
**Рис. 5.** Дерево информационных проблем, возникающих при взаимодействии власти и медиа-предприятий

Решение социальных проблем во взаимоотношениях органов власти и СМИ поможет:

- 1) Улучшить имидж как медиапредприятий, так и органов власти.

2) Усилить влияние пропагандистской функции медиапродукции на основные целевые аудитории.

3) Решить проблему наличия на рынке медиапродукции, содержащей недоброкачественный контент: ложь, пошлость, грубость, насилие и другую неэтическую



**Рис. 6.** Дерево организационных проблем, возникающих при взаимодействии власти и медиапредприятий

При решении основных проблем сотрудничество медиапредприятий и органов власти сведется к взаимной заинтересованности в построении гражданского общества, занимающего активную позицию по краевым вопросам. При этом взаимоотношения власти с медиапредприятиями могут выстраиваться лишь на взаимоприемлемых, партнерских принципах. Также власть должна учитывать, что без системы информирования населения о своей деятельности ей объективно не обойтись.

Урегулирование данных вопросов позволит перевести основные аспекты своей деятельности в исключительно экономическое и социальное русло. Это позволит значительно повысить на рынке уровень здоровой конкуренции, что так необходимо сегодня большинству медиапредприятий вследствие постепенного снижения спроса на большинство видов медиапродукции и, в первую очередь, печатную медиапродукцию.