

Кластеризация региональной экономики

В.А. Горемыкин, д.э.н.,
профессор кафедры экономики,
С.В. Соколов, к.э.н.,
проректор по научной работе КИУЭС,
Е.С. Сафронова, соискатель кафедры экономики,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»,
г. Королев, Московская область

Кластер – это сосредоточенная на определённой территории система взаимосвязанных компаний, специальной инфраструктуры и других организаций, взаимодействующих и взаимодополняющих друг друга в соответствующей сфере деятельности для повышения конкурентоспособности.

В статье раскрывается роль и значение кластеров в развитии территориальной экономики.

Кластеры, инновации, территориальная организация, признаки.

Clustering of the regional economy

V.A. Goremykin, Professor of economics,
S.V. Sokolov, Vice-Rector for scientific work,
E.S. Safronova, aspirant, Economy chair,
State educational institution
of higher professional education of Moscow region,
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscov Region

Cluster – is concentrated in a particular area the coupled system of interrelated companies, specialized infrastructure, and other organizations interacting and complementary to each other in the respective field of activities To increase the competitiveness.

The article deals with the role and importance of clusters in the development of the territorial economy.

Clusters, innovation, territorial organization, the signs.

В последнее десятилетие во многих развитых и развивающихся странах наблюдается заметное возрождение интереса к проблемам региональной промышленной политики, которая отличается от традиционных моделей распределения бюджетных ресурсов. Особенностью такой региональной политики является повыше-

ние роли местных и региональных органов власти в формировании принципов промышленной политики и ориентация местных конкурентных преимуществ производственных систем. Впоследствии этого региональная промышленная политика становится составной частью относительно сложной системы государственного

управления, включая сетевое взаимодействие государства и бизнеса, нацеленность её на повышение конкурентоспособности регионов и страны в целом. В этих условиях регионы и локальные экономические системы рассматриваются в качестве элементов, обеспечивающих важную роль в повышении производительности, достижение экономического динамизма и создании новых рабочих мест.

Необходимо отметить, что факторы географической и пространственной концентрации в качестве конкурентных преимуществ играют определённую роль в рамках так называемых кластеров, которые имеют как национальный, региональный, так и местный характер. Как известно, кластер представляет собой новый тип пространственной региональной организации рынков и горизонтально-вертикально-интегрированных структур.

Значение кластеров определяется и базируется в значительной степени на факторах, имеющих локальный характер (знания, система предпринимательских отношений, экономическая мотивация и др.). Однако, являясь важным фактором конкуренции, роль региональных факторов развития существенно меняется в основном благодаря кластерному подходу к региональной промышленной политике, который определяет:

- новый стиль мышления относительно роли географической и пространственной концентрации экономических субъектов;
- как должна выстраиваться компания и её стратегия;
- каким образом различные региональные институты могут способствовать повышению конкурентоспособности;
- как государство может стимулировать региональное экономическое развитие и рост благосостояния.

При этом схожие и близкие бизнесы всё больше географически и территориально группируются друг с другом и становятся всё больше взаимосвязанными, поэтому концентрация такого бизнеса, который связан между собой общими или

взаимодополняющими факторами производства, инновациями, производственными процессами, в настоящее время доминирует на каждом экономически развитом рынке.

До последнего времени кластеризация и взаимозависимость бизнеса недооценивались в региональной промышленной политике большинства стран и регионов мира. Однако в настоящее время кластеры представляют собой географическую концентрацию на определённой территории взаимосвязанных между собой компаний и институтов, обеспечивающих конкурентоспособность регионального кластера.

Успех, с которым компания может конкурировать в конкретном регионе, определяется местной предпринимательской средой. Кластер даёт возможность входящим в него крупным компаниям приобретать преимущества, которые независимые компании получают за счёт увеличения масштабов производства или осуществление альянсов с другими компаниями.

Кластеры позволяют обеспечивать доступ к разнообразной локальной системе поставщиков сырья, товаров и услуг, что снижает транзакционные издержки, минимизирует запасы, снижает риски не поставок товаров, поскольку фактор репутации на местном рынке оказывается часто решающим.

Необходимо отметить влияние региональных кластеров на инновационную деятельность компаний, поскольку они не только лучше представляют потребности локального рынка, но благодаря тесным связям с другими компаниями быстрее узнают о применяемых новых технологиях, наличии нового оборудования, новых концепций услуг и маркетинга. При этом имеется возможность обеспечивать координацию и инвестиционных средств производителей и поставщиков в процессе обработки новых технологий и выхода их на рынок, что имеет преимущество по сравнению с вертикально-интегрированными компаниями, где про-

цесс инноваций затруднён в связи с необходимостью отвлечения значительных средств для поддержания текущего производства и уже применяемых технологий.

Развитие регионального кластера особенно эффективно, если оно происходит в зонах действия заинтересованных компаний, где сливаются знания, профессиональный опыт и технологии региональных производств, что значительно усиливает процесс инноваций и появления новых областей бизнеса.

Существует достаточно много определений понятия кластера, что объясняется разными подходами и характером организаций, занимающихся этой проблемой. Так, государственные органы склонны к максимально расширительной трактовке кластера, используя обычно очень широкие, общие определения, основанные, например, на масштабах занятости, потенциале экономического роста, политическом весе региона и т.п.

Второй подход для академических и исследовательских кругов характерен поиском количественных показателей и параметров, необходимых для проведения статистического и экономического анализа, таких, как стандартные промышленные классификации отраслей, экономические показатели и др.

Выделяются кластеры, которые

осуществляются в рамках всей страны по показателям как размеры производства, интенсивность её концентрации для локальной экономики, темпы роста, интенсивность межотраслевых связей. С таким подходом, например, в экономике США было выделено 380 кластеров в таких сферах, как наукоёмкая обрабатывающая промышленность, промышленность потребительских товаров, на которые приходится 57% всей рабочей силы страны, 61% валового внутреннего продукта, 78% общенационального экспорта.

Третий подход характерен для различных бизнес-школ, обеспечивающих формирование региональных кластеров, основанных на сравнительных конкурентных преимуществах на глобальных рынках, которые связаны с такими факторами, как уровень конкурентоспособности, характер предпринимательских сделок, специализированная инфраструктура, развитый локальный потребительский спрос. Наиболее характерной моделью этого подхода является модель Майкла Портера, который на основе исследования экономик 10 стран предложил четыре группы условий, необходимых для национальной экономики.

Конкурентоспособно-принципиальные характерные черты кластеров и сетей представлены в таблице 1.

Табл.2. Характерные черты региональных кластеров и сетей

Кластеры	Сети
Кластеры притягивают к себе необходимые региону специализированные услуги	Сети предоставляют компаниям доступ к специализированным услугам по относительно низким ценам
Кластеры имеют свободное «членство» компаний	Сети имеют ограниченное «членство»
Кластеры основаны на общей социальной среде, которая обеспечивает доверие и стимулирует взаимодействие	Сети основаны на контрактных отношениях
Кластеры генерируют спрос для большого числа компаний из одинаковых или близких отраслей	Сети способствуют вхождению компаний в разные диверсифицированные сферы бизнеса

Кластеры включают в себя кооперацию компаний и их конкуренцию	Сети основаны на кооперации
Кластеры характеризуются коллективным взглядом компаний на проблемы бизнеса	Сети характеризуются общими целями компаний

В таблице 2 представлены основные методы исследования региональных промышленных кластеров.

Табл.2. Альтернативные методы кластерного анализа

Методы	Преимущества	Недостатки
Экспертные оценки	Относительно низкие издержки; детальная информация	Отсутствие систематического сбора информации; отсутствие обобщённых данных
Коэффициенты локализации	Простота расчётов; могут дополнять другие методы	Акцент на отрасли и сектора, а не на кластеры
Производственные межотраслевые балансы	Являются часто главным источником показателей взаимозависимости отраслей и компаний; детальная и комплексная информация	Данные могут устаревать; не отражают роли сопутствующих институциональных структур
Инновационные межотраслевые балансы	Являются часто главным источником показателей взаимозависимости отраслей и компаний	Такие балансы редко публикуются; в США отсутствуют
Теория графов/сетевой анализ	Визуальный анализ взаимосвязей	Набор компьютерных технологий ограничен
Специальные обследования	Гибкость в сборе необходимых данных	Высокие издержки проведения

Коэффициент локализации – это соотношение удельных весов занятости населения в определённых отраслях промышленности, например, коэффициент локализации, равный 1,0 означает, что данный регион имеет то же удельный вес отрасли по показателю занятости, что и страна в целом, а превышающий значение 1,25 означает начало специализации региона в данном конкретном секторе экономики.

Ключевыми словами эффективности развития региональных кластеров являются:

– возможности в области исследований и разработок (доступ к исследова-

тельским центрам региона со стороны компаний кластера);

– развитие человеческих ресурсов (обеспечение обучения по важнейшим категориям занятости рабочей силы в соответствии с происходящими технологическими и организационными изменениями);

– близость поставщиков (взаимодействие компаний поставщиками сырья, материалов и комплектующих с региональными);

– наличие источников финансирования (возможности структур удовлетворять потребности промышленности в оборотном, первоначальном и венчурном капитале);

– производители машин и оборудования (взаимодействие компаний кластера с компаниями-производителями соответствующих машин и оборудования);

– интенсивность формирования сетей бизнеса (взаимодействие между компаниями кластера в области кооперации);

– инновации (конкурентоспособность кластера обеспечивается за счёт новых передовых технологий, разрабатываемых, и распространяемых, и внедряемых в компаниях кластера);

– способность к коллективному видению проблем и совместным действиям компаний (развитие эффективного кластера за счёт способности ставить и достигать общих целей на основе коллективного видения стоящих перед ним задач);

– стимулирование инвестиций в кластер (обеспечение инвестиций для усиления ключевых отраслей промышленности. При этом активно поддерживаются инвестиции в исследовательские проекты и коммерциализацию инноваций. Инвестиции в кластерные исследования и разработки позволяют притягивать в регионы новые компании и новых перспективных исследователей);

– формирование кластерных ассоциаций (первые кластерные ассоциации были созданы в начале 1990-х годов в США, в штатах Аризона и Орегон в рамках программ развития кластеров);

– стимулирование внешних связей (межкластерные связи так же важны для успешного развития кластера, как и внутривкластерные отношения, особенно для повышения конкурентоспособности на глобальных рынках);

– создание кластерных центров профессиональной рабочей силы (такие центры в американских регионах становятся механизмом адаптации рабочей силы к потребностям субъектов кластера. Они

занимаются исследованием потребностей отраслей и компаний кластера в рабочей силе, разрабатывают новые учебные планы для учреждений образования, занимаются совершенствованием стандартов профессионального обучения, собирают и аккумулируют информацию о программах обучения и характере профессий в рамках кластера);

– создание посреднических организаций на местном и локальном уровнях (такие организации занимаются подготовкой и переподготовкой низкооплачиваемых работников и безработных для занятия более оплачиваемых и перспективных рабочих мест).

В последние годы и в Северо-восточной Англии стали переходить к относительно более систематическому осуществлению кластерного развития, основанному на годичном цикле переговоров и планирования (рис. 1.).

Таким образом, современное территориальное технологически-организационное развитие – это поистине беспрецедентная революция в производительных силах человеческого общества. Она означает глубочайший сдвиг в самом фундаменте общественного производства, где господствует не продавец, а покупатель, характеризующийся острой конкуренцией между производителями, что требует от него всё большей дифференциации продукции, всё большего приспособления к желаниям клиентов.

Участие в составе кластера позволяет повышать производительность и эффективность благодаря общему использованию факторов производства, информации, технологий, необходимых институтов и координаций действий с другими родственными компаниями.

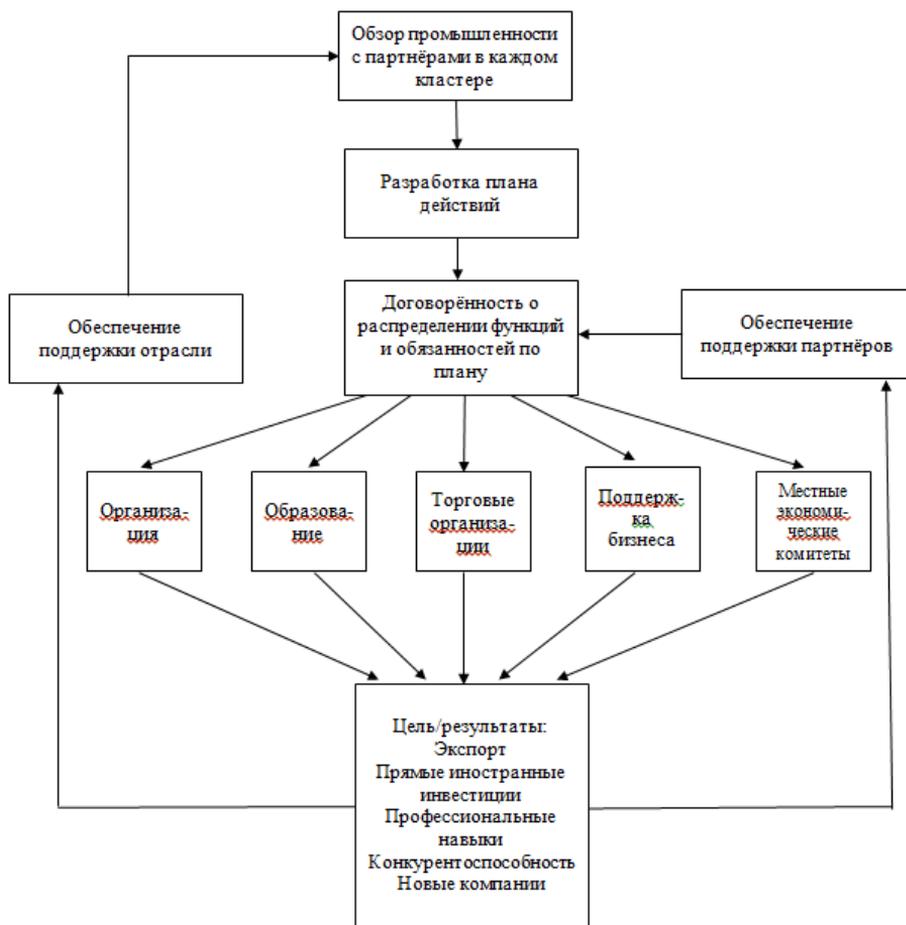


Рис. 1. Годовой цикл кластерной стратегии

Региональные кластеры обеспечивают инновационную деятельность компаний, поскольку они не только лучше представляют потребности локального рынка,

но благодаря тесным связям с другими компаниями, быстрее имеют доступы к новым технологиям, инновациям, оборудованию, услугам, маркетингу.

Литература

1. Горемыкин В.А., Лещенко М.И. Формы организации производства. М., ИМЭС, 2011.

Развитие роли предпринимательства в инновационной экономике

Д.М. Евдокухин, аспирант, кафедры экономики,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области,
«Королевский институт управления, экономики и социологии»,
г. Королев, Московская область

В статье рассмотрены ключевые этапы эволюции теории предпринимательства в экономической науке. Раскрыто понятие предприниматель и предпринимательство. Дана оценка роли предпринимательства в инновационной экономике.

Предпринимательство, предприниматель, инновации.

Development the role of entrepreneurship in the innovation economy

D. Evdokukhin, post-graduate student, department of economics,
State educational institution
of higher professional education of Moscow region,
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

The article considers the key stages in the evolution of entrepreneurship theory in economics. Discloses the concept of entrepreneur and entrepreneurship. The estimation of the role of entrepreneurship in the innovation economy.

Entrepreneurship, entrepreneur, innovation.

В современных условиях, одним из главных факторов социально-экономического развития большинства государств является предпринимательство. На протяжении нескольких столетий экономическая наука стремится наиболее точно охарактеризовать природу предпринимательства, основные черты предпринимателя.

Известно, что в экономической науке в научный оборот понятие «предприниматель» ввел экономист Ричард Кантильон (1680 – 1734 гг.). В своей работе «Очерк об общей природе коммерции» (1755 г.) он отмечал, что предприниматель может являться торговцем, землевладельцем или он может быть капиталистом, использующим чужой труд; однако во всех случаях предпринимательская роль закреплена непосредственно за тем,

кто принимает решения, действует в условиях неопределенности. Предпринимательская деятельность по Кантильону не требует производственной деятельности, а также не всегда осуществляется на средства предпринимателя. Основное для предпринимательской деятельности – это предвидение и желание брать риск на себя. Доход предпринимателя – это плата за риск [1].

Интерес к фигуре предпринимателя, несколько позже, отразился в работе Анна Робера Жака Тюрго (1727 – 1781 гг.) «Размышления о создании и распределении богатства» (1770 г.). По мнению Тюрго, для нормального процесса воспроизводства и бесперебойной реализации совокупного продукта необходимо соблюдение межотраслевых пропорций, в

частности между земледелием и промышленностью [2].

Именно благодаря предпринимателям осуществляется процесс свободного перелива капитала между отраслями и происходит естественное выравнивание нормы прибыли.

Сформулированные идеи Тюрго получили дальнейшее развитие в исследованиях Йозефа Алоиза Шумпетера, а также у представителей австрийской школы (Людвиг фон Мизес, Фридрих Август фон Хайек и Израэл Кирцнер).

Немаловажное значение для развития теории предпринимательства имеет работа английского экономиста Адама Смита (1723 – 1790 гг.) «Исследование о природе и причинах богатства народов» [4]. Представленная им концепция «свободной конкуренции» имеет важное значение для становления и развития теории предпринимательства. «Невидимая рука» рынка не только рождает необходимые стимулы для хозяйственной деятельности и направляет активность предпринимателей в нужном для общества направлении, она формирует внутренний механизм саморегулирования экономики, когда нарушенное равновесие быстро восстанавливается посредством изменения цен и колебания спроса и предложения. Невмешательство государства в хозяйственную жизнь и экономическая свобода предпринимательской деятельности – таков важнейший вывод Смита. Предприниматель является владельцем, а предпринимательская деятельность связана непосредственно с собственными интересами предпринимателя (личным обогащением), в процессе ведения которой он содействует наиболее эффективному удовлетворению нужд общества.

Французский экономист Жан – Батист Сей (1767 – 1832 гг.) отмечал, что предприниматель всегда действует на свое усмотрение и собственный риск для получения выгоды, имеет при этом знания и опыт, комбинирует факторы производства и т.п.

Английский экономист Давид Ри-

кардо (1772 – 1823 гг.) рассматривал предпринимателя как обычного капиталиста. Аналогичную оценку роли предпринимателя давал и Карл Маркс (1818 – 1883 гг.).

Качественно новую оценку предпринимательства дал в конце XIX в. английский экономист Альфред Маршалл (1842 – 1924 гг.). Он выделил организацию производства, а позже предпринимательскую способность к организации как отдельный фактор производства (помимо земли, труда и капитала).

Более подробную характеристику предпринимательской деятельности раскрывают в своих работах английский экономист Фридрих Хаек (1899 – 1992 гг.) и американский экономист Йозеф Шумпетер (1883 – 1950 гг.). Хайек усматривал в предпринимательстве, прежде всего, личную свободу человека, которая способствует рациональному управлению своими знаниями, способностями, информацией и доходами.

Предприниматель стремится оптимально использовать эти компоненты, учитывая прежде всего ситуацию на рынке (перспективность относительно инвестирования, спроса и предложения определенной области экономики, уровень цен и др.), изыскать наилучшие средства для удовлетворения общественных и собственных нужд.

По мнению Шумпетера, содержание предпринимательства раскрывается в его функциях: 1) реформирование и коренная перестройка производства вследствие внедрения новых видов техники и технологий, создание новых товаров, освоение новых рынков, источников сырья; 2) использование научных разработок, маркетинга и др. Выполнение функций предпринимательства зависит от хозяйственно - политической среды, которой определяет его возможности, виды, мотивацию [5].

Поэтому основные функции предпринимателя, за Шумпетером, – это изготовление нового блага или старого нового качества; освоение нового рынка

сбыта, источников сырья или полуфабрикатов; внедрение нового метода производства; соответствующая реорганизация производства. Предпринимателем, по его мнению, может быть не только капиталист, владелец, но и управляющий. Наибольшей мерой обособленности собственности от управления оказывается в гигантских акционерных компаниях.

По мнению американского эконо-

номиста Пола Энтони Самуэльсона (1915 – 2009 гг.), предпринимательство связано с новаторством, а сам предприниматель является смелым человеком с оригинальным мышлением, который стремится успешно внедрять новые идеи.

Ключевые этапы эволюции понятия «предпринимательство» в экономической науке представлены в таблице 1.

Табл. 1. Эволюция теории предпринимательства в экономической науке [3]

Дата	Автор	Основные элементы концепции
1755	Кантильон Р. (1680 – 1734 гг.)	Предприниматель – человек осуществляющий хозяйственную деятельность в условиях неопределенности. Доход предпринимателя - вознаграждение за риск.
1770	Тюрго А. Р. Ж. (1727 – 1781 гг.)	Предприниматели обеспечивают соблюдение межотраслевых пропорций в экономике, обеспечивают свободный переток ресурсов между отраслями.
1776	Смит А. (1723 – 1790 гг.)	Предприниматель, осуществляет хозяйственную деятельность с целью удовлетворения своих эгоистических интересов. Рыночная система обладает механизмами саморегуляции и поэтому вмешательства государства не требуется.
1803	Сэй Ж. Б. (1767 – 1832 гг.)	Предприниматель осуществляет координацию факторов производства (земли, капитала и труда). Предпринимательская деятельность – четвертый фактор, обуславливающий экономическую эффективность производства. На предпринимательскую деятельность в обществе всегда есть определенный уровень спроса.
1826	Тюнен И. Г. (1783 – 1850 гг.)	Предприниматель осуществляет хозяйственную деятельность, связанную с риском. Риск определяется изобретательностью самого предпринимателя и динамичностью рынка. Его доход – плата за риск.
1867-1905	Маркс К. Г. (1818 – 1883 гг.)	Увеличение прибыли – основной мотив предпринимательской деятельности. Деятельность предпринимателя провоцирует возникновение экономических кризисов. В течение времени происходит все большее укрупнение бизнеса.
1890	Маршалл А. (1842 – 1924 гг.)	Развитие экономики носит эволюционный характер и подчиняется законам естественного отбора. В сфере рыночных отношений действует закон замещения, т.е. неэффективные методы хозяйственной деятельности и неумелые предприниматели, вытесняются и замещаются более эффективными. Накопление капитала так же подчиняется законам эволюции: богатеют из поколения в поколение только те семьи, где человеческие особи оказываются способными к приумножению богатства.
1904	Веблен Т. Б. (1857 – 1929 гг.)	Основной мотив предпринимательской деятельности – получение прибыли. Стабильное производство не дает возможности получить максимум прибыли. Источником сверхприбылей является нестабильности на рынке, которые предприниматели стремятся спровоцировать. Черета нестабильностей приводит к тому, что финансовая составляющая предприятия в разы начинает превосходить ее физическую составляющую.

1912	Шумпетер Й. А. (1883 – 1950 гг.)	Предприниматель – хозяйствующий субъект, реализующий инновации в своей деятельности. Инновации приводят к нарушению равновесия, всплеску деловой активности и, как следствие, к экономическому росту.
1921	Найт Ф. Х. (1885 – 1972 гг.)	В предпринимательской деятельности практически каждая ситуация уникальна, поэтому характеризуется неопределенностью. Предприниматель – хозяйствующий субъект, получающий доход за выполнение специфической функции – принятие решений в условиях неопределенности.
1936	Кейнс Дж. М. (1883 – 1946 гг.)	Хозяйственная деятельность развивается эволюционно, но выживает не самый рациональный предприниматель, а тот хозяйствующий субъект, который обладает определенными социально-психологическими особенностями, «животным чутьем». Предприниматель активен, способен рисковать, уверен в своих действиях, стремится к богатству, но принимаемые им решения не всегда рациональны и эффективны.
1940	фон Мизес Л. Э. (1881 – 1973 гг.)	Предприниматель – это человек, находящий применение факторам производства с целью извлечения прибыли и приобретения богатства. Предпринимательская деятельность носит творческий характер и поэтому данному виду
1949	Шэкл Дж. Л. Ш. (1903 – 1992 гг.)	Принимаемые предпринимателем решения основаны на субъективных оценках, поэтому последствия этих решений характеризуются неопределенностью. Предприниматель фиксирует лишь благоприятные или катастрофические последствия своих решений. Промежуточные варианты развития ситуации им не рассматриваются.
1964	Шульц Т. У. (1902 – 1998 гг.)	На успешность хозяйственной деятельности в большей степени оказывает влияние человеческий капитал предпринимателя, чем имеющиеся в его распоряжении факторы производства и окружающая среда.
1973	Кирцнер И. (род. 1930 г.)	Предприниматель — хозяйствующий индивид, ожидающий и ищущий возможности для дестабилизации рыночного равновесия с целью получения выгоды.
1978	фон Хайек Ф. А. (1899 – 1992 гг.)	Вмешательство государства в хозяйственную деятельность приводит к разрушению традиционной концепции права. Это влечет за собой деформацию самого характера предпринимательской деятельности, она становится направленной на игнорирование закона и широкое использование неценовых методов конкуренции.

Предпринимательство в современной экономической теории является одной из базовых и активно обсуждаемых проблем. И однозначного определения понятия предпринимательства нет. Существуют общие признаки предпринимательства, признанные большинством исследователей:

- особый вид деятельности в хозяйственной сфере, целью которой является получение прибыли;

- экономическая свобода, или наличие прав и обязанностей, связанных с

личным принятием решений и ответственностью за результаты хозяйствования;

- инновационный характер деятельности. Многие ученые отождествляют этот признак с инновационным типом поведения: внедрением организационно-хозяйственных и технологических новшеств, творческим подходом к решению задач, изобретательностью, находчивостью. Такой подход к различию между предпринимателем и остальными людьми характеризуется инновационным типом

личности.

Основным инструментом предпринимательской деятельности является предприятие, однако невозможно уйти от личности предпринимателя как звена в достижении поставленных целей предприятия. В современном «портрете» предпринимателя важную роль играют его личностные качества: лидерство, ответственность, трудолюбие, целеустремленность, обоснованная рискованность действий, новаторство.

Предприниматель – это образ мышления, искусство нахождения прибыльных решений для найденных проблем, способность найти проблему и создать для нее решение быстрее всех остальных.

Также следует отметить, что предприниматель (соответственно и предпринимательская деятельность, которую он ведет) в современном мире является в некотором роде «зеркалом» или «лицом» экономической политики и ее эффективности, проводимой государством.

Развитие науки и техники, усложнение и повышение наукоемкости продукции, развитие современного менеджмента не оставили предпринимателю другого выбора как объединить свои усилия с изобретателями, новаторами, конструкторами, разработчиками новой продукции, с менеджерами, владеющими современными методами управления, организацией производства и сбыта продукции. Кроме того, интеллектуальная собственность, как и вещественная, защищена законом и не может быть просто взята и использована без согласия ее владельца, то есть основным и равноправным фактором предпринимательства стали инновации.

Исходя из данных характеристик и приведенных ранее определений, определим следующие понятия:

Предпринимательство – управление собственным делом с творческим, новаторским подходом и ответственностью за возможные риски для достижения поставленных целей в производстве нового общественного блага, а предприниматель-

собственник, идеолог, новатор, рискованный человек, аккумулирующий, управляющий творческими усилиями и способностями других.

В современных условиях реформирования экономики, обусловленных рыночным методом хозяйствования, развитие механизма инновационного процесса предпринимательства становится актуальным и особо значимым аспектом.

Результаты инновационной деятельности оказывают всестороннее влияние на функционирование предприятий и перспективы их развития. Существенные эффекты на уровне отдельных секторов и экономики в целом могут выражаться в повышении производительности труда и усилении конкурентоспособности продукции на национальном и мировых рынках.

Сегодня в мировой экономике все чаще появляются технологические и организационные инновации, изменяющие способы производства и структуру отраслей. Инновации становятся движущей силой роста экономики. Предпринимательство, в свою очередь, является основой инноваций. Осознание этого факта в странах Северной Америки, а затем Западной Европы с середины 1970 гг. – начало 90 гг. изменило отношение власти и общества к малому бизнесу и способам его поддержки. Малые фирмы, с которыми прежде ассоциировались только высокий риск, ресурсная ограниченность, административный пресс со стороны государства и более крупных конкурентов, стали рассматриваться в качестве важнейшего залога экономического роста. А стимулирование предпринимательства – в один из основных приоритетов экономического политики.

В современном мире в развитых странах Запады малые фирмы составляют 70 – 90% от общего числа предприятий. По некоторым данным, по сравнению с крупными компаниями, которые дают жизнь лишь 10% новых технологий, малые предприятия на 1\$ затрат внедряют в 17 раз больше нововведений и разработок

и, таким образом, существенно уступая им по уровню финансирования, значительно опережают их по степени результативности.

Развитие и поддержка малого предпринимательства стало обязательным условием и одним из главных «знаков

ударения» в экономической и социальной государственной политике, а огромный инновационный потенциал, заложенный в этой сфере, – залогом стабильного процветания любого государства в современном мире.

Литература

1. Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса / Пер. с англ. под ред. А. А. Фофонова. – СПб.: Экономическая школа. 2008. – 352 с.
2. Кенэ Ф., Тюрго А.Р.Ж., Дюпон де Немур П.С. Физиократы. Избранные экономические произведения / Ф. Кенэ, А. Р. Ж. Тюрго, П. С. Дюпон де Немур; [предисл. П. Н. Клюкин; пер. с франц., англ., нем.] – М.: Эксмо, 2008. – 1200 с.
3. Светульников М.Г., Светульников С.Г. Предпринимательство и инновации. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – с. 20-23
4. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов / А. Смит; [пер. с англ.; предисл. В. С. Афанасьева]. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.
5. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А. Шумпетер; [предисл. В.С. Автономова; пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко; пер. с англ. В. С. Автономова, Ю. В. Автономова, Л. А. Громовой, К. Б. Козловой, Е. И. Николаенко, И. М. Осадчей, И. С. Семененко, Э. Г. Соловьева]. – М.: Эксмо, 2007. – 864 с.

Внутренняя отчетность – источник информации для контроля в агропромышленных холдингах

Е.Е. Коба, к.э.н., профессор кафедры «Бухгалтерского учета и аудита»,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»
г. Королев, Московская область

Система управленческой отчетности, с одной стороны, должна осуществлять контроль выполнения задач, поставленных на предыдущих этапах планирования, а с другой, содержать данные для принятия новых экономических решений, создания прогнозов и моделей дальнейшего развития дочерних организаций и агропромышленного холдинга в целом. В статье даны рекомендации для создания системы внутренней отчетности в агропромышленных холдингах, выявлены недостатки в содержании отчетности составляемой в организациях.

Внутренняя отчетность, уровень управления, перечень информации, контроль.

The internal reporting – a source of the information for control in agroindustrial holdings

E.E. Koba, candidate of economic sciences,
professor in the department of accounting and audit,
State educational institution
of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

The summary: in article recommendations for creation of system of the internal reporting in agroindustrial holdings are made, lacks of the maintenance of the reporting made in the organizations are revealed.

The internal reporting, management level, the information list, control.

Внутренняя (управленческая) отчетность – это комплекс взаимосвязанных данных и расчетных показателей, отражающих функционирование организации как субъекта хозяйственной деятельности и сгруппированных в целом по предприятию и в разрезе структурных подразделений, которые являются центрами ответственности. Отчетность является важнейшим источником информации для анализа и принятия управленческих решений.

Создание системы внутренней управленческой отчетности в организациях агропромышленного холдинга требует определения перечня информации, которая необходима менеджерам для управления, а также периодичности ее представления. Перечень информации зависит от того, какому уровню управления она предоставляется:

- для высшего руководства;
- для менеджеров дочерних организаций;

- для менеджеров низшего уровня управления.

Кроме того, в агропромышленных холдингах возникают взаимоотношения, которые необходимо регулировать и отражать во внутренней отчетности:

- между дочерними организациями холдинга и материнской организацией;
- между дочерними организациями холдинга;
- в каждой организации холдинга, между центрами ответственности.

По содержанию все отчеты, составляемые в рамках управленческой отчетности, делятся на отчеты по видам выпускаемой продукции, они характеризуют деятельность агропромышленного холдинга в целом и ее дочерних организаций, содержат информацию о выполнении планов, о структуре доходов и расходов организации, движении денежных средств и т.д.

Отчеты по прямым затратам представляются по мере необходимости и содержат информацию о наиболее важных, для рационального использования производственных ресурсов в целом по агропромышленному холдингу, по дочерним организациям, по центрам ответственности и т.д.

Исследования автора позволяют сделать вывод, что для целей принятия управленческих решений составление и использование отчетности можно представить в виде следующих этапов:

- определение и отражение в отчетах плановых показателей, для холдинга в целом, дочерних организаций, центров ответственности;
- отражение фактических показателей;
- выявление отклонений, причин и виновников отклонений за рассматриваемый период;
- определение влияния показателей центра ответственности на результаты хозяйственной деятельности и прибыль.

При этом различают ежедневные, еженедельные и ежемесячные отчеты. Ежедневные отчеты являются оперативными,

составителями их являются менеджеры нижнего уровня управления в центрах ответственности, должны содержать подробную информацию для принятия оперативных, эффективных управленческих решений. Подекадные отчеты содержат обработанную и систематизированную информацию для среднего уровня управления в центрах прибыли, центрах инвестиций, составляются с периодичностью десяти дней. Ежемесячные отчеты они, являются сводными отчетами, представляются с периодичностью один раз в месяц для менеджеров высшего звена; на их основе принимаются стратегические решения и осуществляется общий контроль деятельности и контроль управленческого персонала на среднем и нижнем уровнях.

Первичная управленческая отчетность центров хозяйственной ответственности направляется в отдел управленческого учета дочерних и головной организации холдинга, в которых на ее основе составляются аналитические управленческие отчеты для целей корректировки бюджетов, планирования и принятия решений руководством дочерних и головной организаций холдинга.

Используя данные аналитических отчетов и с учетом письменных указаний руководства холдинга или ее организаций, для корректировки бюджетов центров хозяйственной ответственности разрабатываются плановые показатели. Плановые показатели после утверждения руководством холдинга доводятся к началу каждого отчетного периода центрам хозяйственной ответственности.

Центры хозяйственной ответственности являются производителями первичных управленческих отчетов, направляемых в отдел управленческого учета головной организации холдинга, который является пользователем отчетов центров ответственности, на основе их информации, составляют аналитические отчеты для выработки решений руководством холдинга

Оперативно составленная и своевременно представленная внутренняя от-

четность обеспечивает решение следующих задач:

- выявление существующих проблем и недостатков в производстве;
- отклонения фактических затрат от нормативных;
- выявление факторов, указывающих на вероятность проблем в будущем;
- оперативный обзор деятельности;
- расчеты и информирование менеджеров о фактической эффективности и рентабельности деятельности;
- группировка и анализ информации для выбора оптимальных вариантов решения проблем, возникающих в ходе деятельности, а также прогнозов на будущее не допущение этих проблем;
- представление информации для принятия стратегических решений по развитию деятельности и экономическому использованию производственных ресурсов.

Для каждого из направлений хозяйственной деятельности, осуществляемых организацией, являющихся дочерней холдинга, целесообразно формировать отдельные формы управленческой отчетности, отвечающие по содержанию, целям, задачам их деятельности. При этом минимальный объем отчетных форм включает:

- сводные ведомости по структурным подразделениям, центрам ответственности, видам или группам продукции, статьям бюджета;
- оперативные уведомления, отражающие краткие сведения о деятельности подразделения на конкретную дату;
- отчетность по центрам ответственности.

Проведенное автором обследование ряда агропромышленных холдингов на предмет содержания управленческой отчетности, соблюдения единых подходов к ее составлению на различных уровнях управления организации позволило выявить следующие недостатки:

1) наличие избыточной информации в отчетности наряду с важными сведениями о деятельности структурных подразделе-

ний, которая не используется на последующих уровнях управления организации;

2) обобщение информации в отчетности отдельных структурных подразделений производится, в основном, по показателям объема продаж или уровня издержек, т.е. имеет место недостаточность информации для других подразделений организации, деятельность которых оценивается по уровню дохода либо другим показателям;

3) составление отчетности на оперативном уровне управления по многим показателям, и соответственно отбор необходимой информации для анализа и разработки управленческих решений, направленных на повышение эффективности работы данного структурного подразделения;

4) отсутствие четко разработанных адресатов получения управленческой отчетности приводит к ситуациям при которых, последняя поступает работникам организации, не являющимся ответственными за выполнение тех или иных управленческих задач.

Система управленческого отчетности, с одной стороны, должна осуществлять контроль выполнения задач, поставленных на предыдущих этапах планирования, а с другой, содержать данные для принятия новых экономических решений, создания прогнозов и моделей дальнейшего развития дочерних организаций и агропромышленного холдинга в целом. Одно из важнейших требований к управленческой информации – гибкость и быстрая реакция на задачи, возникающие перед высшим и средним менеджментом компании.

Для регулярного обеспечения внутренних пользователей плановыми и фактическими показателями, а также различной аналитической информацией управленческая отчетность составляется:

- к началу отчетного периода (отчеты с плановыми показателями);
- в течение отчетного периода (оперативные сводки);
- по окончании отчетного периода (от-

четы, содержащие фактические данные и анализ деятельности компании за отчетный период).

Плановые показатели в отчетности отражаются в натуральном и количественном выражении. Плановые показатели формируются с учетом соответствующих остатков ресурсов, фондов, готовой продукции, задолженности, переходящих с прошлых периодов. Плановые показатели должны быть основой для:

- оформления договоров между дочерними организациями и центрами ответственности и определения сумм обязательств, возникающих в процессе хозяйственной деятельности между ними;
- оформления договоров между дочерними организациями и центрами ответственности и внешними контрагентами;
- прогнозирования рентабельности центров ответственности, организаций, входящих в холдинг и холдинга в целом;
- прогноза движения денежных средств на рассматриваемый период.

По завершении соответствующего отчетного периода бухгалтеры управленческого учета производят обработку накопленной за период фактической первичной информации по всей производственной и прочей деятельности холдинга. Центры хозяйственной ответственности должны рассчитывать показатели, характеризующие их фактические доходы и затраты за рассматриваемый период, а также полученную прибыль или убыток, экономию затрат. Отдел управленческого учета на основе данных центров хозяйственной

ответственности должен рассчитывать агрегированные показатели доходов, расходов и прибыли по дочерним организациям и холдингу в целом.

По итогам периода бухгалтеры определяют результаты взаиморасчетов, которые выражены в суммах задолженности по внутренним договорам центров хозяйственной ответственности. Одновременно рассчитывается внешняя задолженность центров хозяйственной ответственности.

Исследования автора показало, что по итогам деятельности за отчетный период целесообразно отделам управленческого учета дочерних и головной организаций, учитывая причины выявленных отклонений разрабатывать рекомендации по предотвращению этих отклонений в будущем.

Рекомендации следует разрабатывать в двух направлениях:

- относительно прогнозирования деятельности и выработки будущих плановых показателей – с целью оптимизации основного производства и деятельности вспомогательных и обслуживающих производств;
- предложения по созданию положения о материальном поощрении руководства и работников центров.

Управленческая отчетность ориентирована на внутренних пользователей, ее содержание определяется целями и задачами управления, деятельностью центрами ответственности.

Литература

1. Положение по ведению бухгалтерского учета и отчетности в российской Федерации (утв. приказом Минфина РФ от 29 июля 1998 г. № 34н).
2. Ленквист Р. Учет в системе внутренней информации предприятия. – Упсала: Швеция, 2000.
3. Натепрова Т.Я. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: Учебное пособие / Т.Я. Натепрова, О.В. Трубицина. – 2-е изд, перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010.

Экономический потенциал: мотивационные аспекты развития

В.В. Котрин, к.э.н.,
первый проректор, профессор кафедры экономики,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области, «Королевский институт
управления, экономики и социологии»,
г. Королев, Московская область.

В статье рассмотрены теоретические аспекты экономического потенциала и мотивационные аспекты эффективного использования человеческого ресурса как важнейшего фактора развития экономического потенциала.

Экономический потенциал, человеческие ресурсы, мотивация, развитие.

Motivation Aspects of Economic Potential Development

V.V. Kotrin, Candidate of Economics,
first vice-chancellor, Professor of Economics Department,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

The article looks into theoretical aspects of economic potential and motivation aspects and the use of human resources as its main factor.

Economic potential, human resources, motivation, development.

Нужда и желания (потребности) человечества формируют общую мотивацию к развитию экономики, к производству разнообразных благ. Путь взаимосвязи потребностей и их удовлетворения проходит через многообразие отношений собственности и проявлений интересов отдельных субъектов и различных социальных групп. Важным моментом в развитии экономики, в том числе инновационной, является потребность и спрос в новом знании. Если традиционная экономика удовлетворяет экономические интересы основных социальных групп, владеющих экономической властью, мотивация к инновационному спросу как минимум ограничена и ослаблена. Рассматривая национальную принадлежность товаров на рынке факторов производства, мы обнаруживаем в основном импорт, кроме сырья.

Сужается спрос на квалифицированную рабочую силу, а спрос на неквалифицированную удовлетворяется гастарбайтерами. Спросу на инновации противодействуют: сырьевая направленность экономики; монополизм, коррупция, неэффективный механизм государственного регулирования развития экономики. Можно сколько угодно говорить об инновационном потенциале, но без спроса и реализации его в экономике эффекта не будет. Инновации требуют инвестиций. Если нет нормального инвестиционного климата, хозяйствующие субъекты не пойдут на инвестиции, особенно на долговременные и рискованные позиции экономической эффективности. Во всех странах, где наблюдалось инновационное развитие, мотивационный механизм использования потенциала формировало государство. Стержнем, а точнее

стартёром перехода к инновационному развитию, являлось приведение на долгосрочную перспективу экономических интересов всех экономических субъектов на реализацию общественных интересов. Мотивационный механизм внедрения новаций это система эффективных стимулов. Развитые и быстроразвивающиеся страны осознают это. Об этом можно судить по выступлениям на экономическом форуме в Давосе.

Главной функцией экономики является создание экономических благ для удовлетворения потребностей людей. Сознательная деятельность людей направлена на разрешение противоречия между ограниченностью естественных благ и растущими количественно и качественно потребностями людей. Экономические блага – это вещи, услуги, созданные или преобразованные трудом. Исходя из функционального назначения все блага как естественные, так и экономические, можно рассматривать как ресурсы для потребления и ресурсы для производства благ в широком смысле. Привлечение ресурсов к производству товаров и услуг превращает их в факторы производства. Экономическая теория относит к факторам производства (лат. Factor – делающий) всё, что, участвуя в созидательном процессе, производит экономические блага. Основными факторами процесса труда являются – человеческий и вещественный: средства труда и предметы труда.

В условиях товарного производства, блага приобретают товарную форму, т.е. производятся для продажи на рынке. Классическая экономическая теория и марксизм, рассматривая сущность товара как экономического явления, считали, что реализация товара возможна, потому что он обладает потребительной стоимостью, т.е. способностью удовлетворять те или иные потребности.

Другое свойство товара – стоимость признаётся классиками теории трудовой стоимости и К.Марксом. Признание объективных начал теории трудовой стоимости присутствует в объединяющей кон-

цепции Альфреда Маршалла, который соединил её с теорией предельной полезности. Капиталистическое производство превращает факторы производства в капитал, т.е. в такие элементы, которые, вовлекаясь в экономический оборот, связанный с воспроизводственным движением благ, приносят прибыль или доход, превышающий вложенный капитал. В научном обороте различают основной и оборотный капитал, исходя из характера его воспроизводственного движения, постоянный и переменный, исходя из участия в создании новой стоимости.

По физической форме капитал различают как физический или вещественный, денежный или финансовый и, наконец, человеческий.

Но внимательный читатель обнаружит разные определения и состав факторов у авторов современной экономической мысли и в наследии прошлого. И это закономерно, т.к. исторически развивается все: и само благо по количественным и качественным параметрам, т.е. по составу, ценности и полезности, и способ производства и обращения благ. Допустимо сказать, что меняется социально-экономическая оболочка благ: и тех, которые предназначены для потребления, и тех, которые используются для производства. Классическая школа экономической теории выделяла три основные группы факторов производства: труд, земля и капитал. Развитие производительной силы каждого из этих факторов порождало их новые элементы. По существу развитие факторов производства и их элементов есть не что иное, как расширенное воспроизводство их в исторически длинном периоде.

Труд как основной фактор процесса любой созидательной деятельности есть процесс расходования энергии человека, его способностей, т.е. потребление рабочей силы.

Уместно заметить, что экономисты давно указали на диалектическую взаимосвязь производства и потребления уже в том, что всякое производство есть по-

требление и всякое потребление есть производство. Итак, человек может обладать способностью к труду или рабочей силой. Благодаря этой способности, человек преобразует предметы, силы и свойства природы для удовлетворения разнообразных потребностей. В производстве, как процессе взаимодействия трёх простых элементов – труда, предметов труда и средств труда, труду принадлежит активная, творческая, созидательная роль. Древний поэт Гораций отмечал: «Смертным ничего не даётся без большого труда», но иногда мы забываем, что способность к труду, т.е. ценность и полезность рабочей силы, также есть результат труда во множестве проявлений видов и форм организации. В их число входит воспитание и самовоспитание, образование и самообразование. Взаимодействие рабочей силы и средств производства осуществляются на основе определенных технологий процесса производства и его организации.

Технология это способ воздействия человека на предмет труда на основе использования тех или иных средств труда и их свойств.

Организация производства – это организация совместного труда работников, использующих соответствующие средства производства. Нельзя отрицать влияние технологии и организации производства на его конечный результат, тем не менее, то производные факторы и проще всего итог человеческого фактора.

Поэтому не случайным было появление четвертого фактора – предпринимательских способностей, во взглядах авторов неоклассической школы. Именно представители этой школы Г. Беккер, Дж. Минцер, Т. Шульц в 60-е г.г. XX века разработали теорию «человеческого капитала». Они трансформировали взгляд на факторы производства, считая, что в нём взаимодействуют два фактора – «физический капитал» – земля и средства производства и «человеческий капитал», к которому относятся приобретённые знания, навыки и энергия. Величина «человеческого капитала» оценивается доходом, кото-

рый он потенциально способен давать.

Диалектику взглядов на факторы производства следует также связывать с общественной формой реализации факторов, формой собственности и характером присвоения, в том числе результатов производства. Переход от простого товарного производства к капиталистическому превращает все факторы в капитал. Именно накопление капитала становится целью производства, а не производство продукта. Производство продукта в товарной форме лишь опосредованная цель господствующих экономических отношений. Большинство трактовок капитала представителями разных экономических школ исходят из натуралистических концепций в определении капитала. Но все конкретные натуралистические проявления капитала связаны с проявлением общей функции – способности к самовозрастанию. Но это возможно лишь при установлении определенных общественных отношений и при постоянном движении всех элементов капитала. Характеризуя особенность капиталистических общественных отношений, при которых факторы превращаются в капитал, К. Маркс выделял следующие его конкретные формы:

- средства производства – постоянный капитал;
- рабочая сила – переменный капитал;
- деньги – денежный капитал;
- товары – товарный капитал.

По его мнению, факторы превращаются в капитал, если используются для присвоения чужого неоплаченного труда, создающего прибавочную стоимость (прибыль). В этом сущность классовой концепции марксизма о преходящем характере капиталистического способа производства. Но и отрицание решающей роли личного другими авторами тоже не лишено классового подхода. Появление теории «человеческого капитала» отражает возрастающую роль человеческого фактора в постиндустриальном обществе. Причиной этого является востребованность обновления всех факторов для усиления их производительной силы в целях экономического

роста.

Только человеческий фактор производитель нового знания, его воспроизводства на расширенной основе. Современное производство обречено на стагнацию без производства и использования новых знаний. Производство знаний становится базовой отраслью развития современной и конкурентоспособной экономики. Накопление человеческого капитала связано с носителями знаний, навыков, трудовых мотиваций и находится в последовательной зависимости от численности населения, наличия трудовых ресурсов в нём, экономически активного населения, уровня и качества медицинских, социальных и образовательных услуг, востребованности экономики в профессионально – квалификационной структуре и качестве. Установление смысловой связи понятий «ресурсы», «факторы» и «капитал» в том числе «человеческий капитал» в том, чтобы определится с последовательностью действий, направленных на эффективность их использования в системе сложных взаимосвязей, включая не только экономические, но также технологические, организационные, общественные и институциональные элементы.

Инновационная экономика начинается с использования нового знания. Мотивация к производству нового знания возникает благодаря спросу на его использование. Использование нового знания – это победа в конкуренции, если она есть, так как и растут экономическая эффективность деятельности инноватора. Таким образом, использование инновационного потенциала – потребность конкурентной экономики и конкурентоспособных субъектов. Мотивационный механизм необходим для формирования инновационного климата и инновационной среды. А по существу это наличие национального спроса и национального предложения инноваций. Мотивационный механизм национального инновационного процесса может формироваться только на основе государственного регулирования, а также финансирования поддержки не только фун-

даментальной науки, прорывных технологий а и инновационных программ. Страна и государство должны определится с выбором передового технологического уклада, для которого имеет сравнительные преимущества в мире по инновационному потенциалу. И делая на него ставку, сформировать мотивационный механизм, состоящий не только из стимулов, но и ограничений для бизнеса. К сожалению в источниках основное внимание уделяется инновационному потенциалу, понятийным определением его составляющих, оценочным показателям далее эффективности использования, но не просматривается системного подхода к исследованию мотивационного механизма инновационных процессов на разных уровнях хозяйствования и этапа продвижения новаций рыночного и рыночного секторов экономики, спроса и предложения.

Передача и усвоение знаний как новых, так и традиционных – это образовательный процесс. Следующая стадия воспроизводственного движения знаний их производственное использование во всех сферах человеческой деятельности и главное в производстве товаров и услуг.

Главная задача образовательных учреждений передать знания, сформировать более высокий уровень производительной силы работника как основного фактора экономического роста. Спрос на инновационные ресурсы и их носителей в условиях направляемого рынком и государством перехода к экономике знаний будет возрастать. Усилится конкуренция на рынке квалифицированного труда, конкуренция выпускников и самих вузов. Актуальность роста качества образовательного процесса и его результата, безусловно, усилится через воздействие рыночно-экономической составляющей.

Неослабевающее внимание к анализу и управлению качеством образования концентрируется в основном на преподавателе, его профессионализме, мотивациях и оснащении образовательного процесса. Синергетический эффект образовательного процесса с тем или иным уровнем

оснащения концентрируется через активность взаимодействия двух субъектов преподавателя и обучаемого.

До сих пор циркулирует мнение, что в плохой успеваемости виноват преподаватель, а студент и вся управляющая система не причём.

Нельзя индифферентно относиться к уровню мотивированности обучаемого в образовательном процессе в активном усвоении профессиональных знаний, умений и навыков.

Безусловно на мотивированность главного субъекта образовательного процесса – студента влияют многочисленные социально – экономические факторы – текущие и прогнозные, личностные черты, жизненные и бытовые установки, и образовательно – культурные потребности. Существенная часть студентов, особенно вначале обучения не имеет сложившейся профессиональной ориентации. Среди сопутствующих причин поступления в Вуз: отсрочка от службы в армии, продолжение пассивного времяпрепровождения в привычной молодёжной среде, при ослаблении контроля со стороны учебного заведения и родителей.

Отсутствие реальной востребованности преподаваемых знаний, умений и навыков действует как антимотивация к их освоению.

Реальная практика востребованности знаний в некоторых профессиях например менеджеры турагентств, сводит образовательную мотивацию к усвоению знаний только по информатике и иностранному языку, при минимуме остальных. Главной целью становится диплом.

Напрашивается вывод о нецелесообразности сохранения уровня специалиста для подобных профессий, сутью кото-

рых является повторяемая деятельность по оформлению и заполнению уже отработанных форм документов. Уровень бакалавра позволит сократить экономические и моральные затраты всех сторон: образовательного учреждения, обучаемого да и работодателя на подготовку и получение работника соответствующей квалификации.

Имеющиеся перекосы в уровнях оплаты труда по отраслям, предприятиям реального сектора, социальной сферы, а главное отсутствие реального перехода к «экономике, основанной на знаниях» не побуждают молодёжь к активному участию в образовательном процессе.

Что нужно сделать, чтобы повысить активность студентов в образовательном процессе?

Прежде всего, необходимо:

- обеспечить дифференциацию отбора абитуриентов для обучения по уровням и специальностям;
- реализовывать в Вузе систему методов востребованности полученных знаний, умений и навыков, их реальной оценки и поощрений;
- использовать различные формы включения студентов в моделируемые или реальные процессы профессиональной деятельности;
- вовлекать активных и способных студентов в научно- исследовательскую деятельность, используя различные формы поощрения;
- на основе информационных технологий развивать методическое обеспечение самостоятельной работы студентов, реализуя на деле функции контроля самоподготовки и самообучения.

Страхование как один из инструментов риск-менеджмента предприятия

Н.О. Курдюкова, к.э.н., доцент кафедры экономики,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»
г. Королев, Московская область

В данной статье рассмотрено страхование как собой особый вид экономической деятельности, связанный с перераспределением рисков среди участников страховых отношений. Рассмотрено законодательство РФ, регулирующее данный вид деятельности, а также основные виды страхования, применяемые на территории РФ. Приведены основные страховые продукты, потребность в которых возникает у промышленных предприятий в ходе их хозяйственной деятельности исходя из практики отечественного рынка страхования.

Страхование в управлении предприятием в современных условиях хозяйствования.

Страхование, экономическая деятельность, предпринимательский риск.

Insurance as an instrument of risk management company

N.O. Kurdykova, candidate of economic sciences,
docent in the department of economics,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

This article consider insurance, as a special part of economical activity, which connected to redistribution of the risks, between the participants of insurance relations. It's examined RU legislation, which regulate that kind of activity, and also, main types of insurance, used at Russia. Also this article is about the main insurance products, which needed for the industrial enterprises and used, based on the practice of RU insurance market.

Insurance, as a part of modern management.

Insurance, economical activity, enterprise's risks.

Страхование – это отношения по защите имущественных интересов хозяйствующих субъектов и граждан при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов (страховых премий).

Страхование представляет собой

особый вид экономической деятельности, связанный с перераспределением рисков среди участников страховых отношений (страховщиками и страхователями).

Страхование как вид экономической деятельности может иметь место в отношениях хозяйствующих субъектов только в том случае, когда события (риски), на случай наступления которых при-

обретается покрытие, характеризуются вероятностью и случайностью. Риск – это возможность положительного или отрицательного отклонения в процессе деятельности от ожидаемых (плановых) значений. Риски, приводящие только к отрицательным последствиям, именуется чистыми, при этом существуют геополитические, финансовые, кредитные, природные, операционные и др. виды рисков. Таким образом все многообразие рисков, присущих деятельности того или иного предприятия, можно условно разделить на страховые и нестраховые.

В этой связи важнейшей отправной точкой при рассмотрении вопроса о необходимости (целесообразности) страхования того или иного риска в деятельности, является риск-менеджмент на предприятии. Только по результатам мероприятий, связанных с управлением рисками, обоснованно может приниматься решение о страховании.

В самом общем виде деятельность по управлению рисками сводится к выявлению рисков, их количественной оценке, категоризации, приоритизации и разработке мероприятий как технического, так и организационного характера, направленных на снижение последствий от реализации рисков.

Те риски, отрицательные воздействия от реализации которых нельзя или экономически нецелесообразно снизить до приемлемого для хозяйствующего субъекта уровня, должны быть переданы профессиональным участникам страхового рынка для обеспечения их страхования за адекватную цену (страховую премию).

На развитом страховом рынке действуют как страховщики, непосредственно заключающие договора страхования (прямые страховщики), так и страховщики, занимающиеся перестрахованием (передачей риска на удержание другим страховщикам), страховые и перестраховочные брокеры (являющиеся посредниками между страховщиком/перестраховщиком и страхователем/перестрахователем, как правило вы-

ражающие интересы последнего), а также объединения страхователей (например, общества взаимного страхования). Свои услуги участникам страхового рынка оказывают различные консультанты, в сферу деятельности которых входит предоставление услуг по инженерной оценке рисков, предстраховому сюрвею, оценке рыночной стоимости объектов страхования, независимой экспертизе причин и расчету ущерба при урегулировании страховых случаев и др.

Отечественный страховой рынок в настоящее время сложно назвать развитым, однако почти все эти элементы в том или ином виде на нем представлены.

Взаимоотношения участников страховых отношений в РФ регулируются следующими основными законодательными актами:

- Гражданский кодекс Российской Федерации (Глава 48 части второй);

- Закон № 4015- 1 от 27.11.1992 «Об организации страхового дела в РФ»;

В соответствии с ними участниками страховых отношений являются:

Страхователь – юридическое или дееспособное физическое лицо, заключившее со страховщиком договор страхования или являющееся таковым в силу закона;

Страховщик – юридическое лицо, созданное в соответствии с законодательством Российской Федерации для осуществления страхования, перестрахования, взаимного страхования и получившее лицензии в установленном законом порядке.

Объект страхования – не противоречащие законодательству имущественные интересы хозяйствующего субъекта, связанные с:

- жизнью, здоровьем, трудоспособностью граждан;

- владением, пользованием, распоряжением имуществом;

- возмещением вреда, причиненного жизни и здоровью или имуществу третьих лиц;

- осуществлением предпринимательской деятельности.

Классификация видов страхования в первую очередь подразумевает разделение по объектам страхования на личное и имущественное (не личное) страхование.

Страховые услуги на рынке могут носить обязательный или добровольный характер. Обязательное страхование осуществляется в силу закона. В настоящее время в РФ действуют следующие виды обязательного страхования:

- обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств (Закон № 40-ФЗ);

- обязательное государственное страхование жизни и здоровья военнослужащих, граждан, призванных на военные сборы, лиц рядового и начальствующего состава органов внутренних дел Российской Федерации, Государственной противопожарной службы, органов по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ, сотрудников учреждений и органов уголовно-исполнительной системы (Закон 52-ФЗ);

- обязательное страхование гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте (Закон № 225-ФЗ). Данный закон вступает в силу с 01 января 2012 года.

Остальные виды страхования являются добровольными, правила, определяющие условия и порядок страхования по которым устанавливаются страховщиками в соответствии с требованиями, регулирующими страховую деятельность.

К обязательным и добровольным формам страхования в различных странах относят различные виды страхования. Статус обязательной или добровольной формы страхования важен для хозяйствующего субъекта в первую очередь в связи с получением разрешений на тот или иной вид деятельности, регулируемой государственными надзорными органами, а также в отношении особенностей налогового учета расходов на оплату страховых премий по договорам страхования.

В соответствии с Налоговым кодексом РФ к расходам, включаемым в

налоговую базу при исчислении налога на прибыль предприятий относятся расходы на оплату страховых премий по всем обязательным видам страхования, а также по добровольному страхованию имущества (грузов, транспорта, товарно-материальных запасов и др.), добровольному страхованию строительно-монтажных работ, добровольному страхованию гражданской ответственности за причинение вреда, если такое страхование является условием осуществления налогоплательщиком деятельности в соответствии с международными обязательствами Российской Федерации или общепринятыми международными требованиями.

Поскольку отечественный рынок страховых услуг находится в состоянии становления и развития, в настоящее время хозяйствующим субъектам предлагается не такой широкий спектр страховых продуктов как за рубежом, в промышленно развитых странах. Тем не менее, остановимся на основных страховых продуктах, потребность в которых возникает у промышленных предприятий в ходе их хозяйственной деятельности.

В первую очередь, конечно, предприятие заинтересовано в сохранении своих активов как производственного, так и прочего назначения, а также в продолжение своей деятельности даже в случае реализации различного рода рисков.

Таким потребностям предприятия отвечают следующие виды страхования:

- страхование производственного имущества;

- страхование готовой продукции и ТМЦ на складах;

- страхование машин и оборудования от поломок;

- страхование перерыва в производственной деятельности и ряд других.

При осуществлении процесса страхования имущества, готовой продукции, машин и оборудования для предприятий необходимо определиться с параметрами и объемом страхового покрытия (страховой стоимостью объектов страхования, перечнем рисков, от наступления

которых обеспечивается страховое покрытие, сроком страхования и др.). Важную роль в определении размера страхового тарифа играет также размер франшизы, т.е. того уровня собственного удержания страхователя, которое он берет на себя в случае наступления страхового события.

В обеспечении принятия взвешенного решения о необходимости страхования того или иного имущества предприятия могут оказать помощь такие профессиональные участники страхового рынка как инженерно-сюрвейерские и оценочные компании (в части определения набора рисков, от которых необходимо приобрести страховое покрытие, определения размера максимально-возможного ущерба для различных рисков, страховой стоимости объекта страхования) и страховые консультанты и брокеры (в части определения возможной цены страхования).

Достаточно интересным и новым для российского страхового рынка видом является страхование риска перерыва в производстве. Этот вид страхования принадлежит к категории страхования предпринимательских рисков. В данном виде страхования значительную роль играют именно результаты риск-менеджмента предприятия, собственный анализ опасностей и последствий их наступления для финансовой устойчивости предприятия.

Особенностью данного вида является то обстоятельство, что наступление риска перерыва в производстве напрямую зависит от имущественного ущерба в результате реализации застрахованных опасностей. Иными словами страхование риска перерыва в производстве возможно только вместе со страхованием имущества, являющегося основным для осуществления производственной деятельности. Страховой суммой для данного вида страхования выступает размер выручки/прибыли предприятия за год. Другими важными факторами для определения цены страхования (страховой премии) является временная франшиза (количество дней простоя, которое не покрывается страхованием и является собственным удержанием страховате-

ля), максимальный период возмещения (как правило, календарный год).

Особое внимание хотелось бы обратить на то, что в соответствии с действующим Налоговым кодексом РФ, страховые премии, уплаченные по данному виду страхования, не принимаются при формировании налоговой базы по налогу на прибыль предприятия, т.е. осуществляются из чистой прибыли.

Еще одним интересным видом страхования, позволяющим обеспечить стабильность производственного процесса на предприятии, является страхование строительно-монтажных рисков и имущества, переданного в монтаж/строительство. Данные страховые услуги получили широкое распространение на рынках развитых стран, т.к. в силу особенностей делового оборота, ни один заключаемый контракт на подрядные работы не может быть реализован без отдельного пункта о страховании рисков строительно-монтажных работ. Этот вид страхования также развивается и на отечественном рынке, однако, конечно, признать это повсеместной практикой в настоящее время нельзя.

Особенностями страхового законодательства РФ обусловлены некоторые аспекты реализации страхового покрытия по рискам строительно-монтажных работ. Это в первую очередь то, что страхователем по данному виду страхования в соответствии с действующим законодательством может выступать только подрядчик, в то время как заказчик может страховать в свою пользу лишь оборудование и материалы, переданные подрядчику в строительство/монтаж.

В данном виде страхования определяющим являются обязательства сторон по договору подряда, в силу чего при подготовке и заключении таких договоров необходимо четко разграничить ответственность сторон за последствия не только рисков, связанных с виновными действиями подрядчика/заказчика, но и с рисками случайной гибели/повреждения строящегося объекта.

В процессе своей деятельности

предприятие также взаимодействует со своими контрагентами, влияет на жизнедеятельность третьих лиц (других юридических лиц и населения). Обеспечение финансового возмещения ущерба таким лицам является целью страхования различных видов ответственности хозяйствующего субъекта.

Отдельно стоит обратить внимание на страхование ответственности при осуществлении профессиональной деятельности в различных отраслях хозяйствования (таких, как аудиторская и оценочная деятельность, строительство, туризм и др.).

В основном таким страхованием обеспечивается возмещение вреда при эксплуатации опасных производственных объектов, гидротехнических сооружений, объектов использования атомной энергии, а также ущерба жизни, здоровью или имуществу третьих лиц на морском, внутреннем водном, воздушном и железнодорожном транспорте и пр. Предприятиями, осуществляющими деятельность в области грузовых/пассажирских перевозок различными видами транспорта, обязательно должна страховаться их ответственность в том числе и в соответствии с международными правилами перевозок.

Отдельными видами страхования обеспечиваются обязательства предприятия в отношении имущественных интересов, связанных с жизнью и здоровьем его работников (добровольное медицинское страхование и страхование от несчастных

случаев и болезней), а также отдельных их групп (пожарных, спасателей, охранников, экипажей судов и пр.).

Разумеется в рамках короткой статьи невозможно полностью осветить все многообразие и особенности страховых продуктов, тем более что некоторые из них еще не нашли своего применения на отечественном страховом рынке.

В заключении хотелось бы обратить внимание на то, что страхование, являясь одним из инструментов риск-менеджмента предприятия, имеет своей целью возмещение ущерба, понесенного хозяйствующим субъектом в результате реализации того или иного риска. В этой связи менеджменту предприятия при подготовке и заключении договоров страхования крайне необходимо уделять особое внимание финансовой устойчивости и репутации как прямого страховщика по договору, так и участвующих в перестраховании риска перестраховочных компаний, условиям договора страхования и требованиям Правил страхования страховщика.

В случае, когда у предприятия недостаточно знаний и уверенности в необходимости приобретения того или иного вида страхового покрытия, рекомендуется обращаться к профессиональным участникам страхового рынка (консультантам и брокерам) не только для получения квалифицированной помощи, но и более привлекательных условий страхования в отношении объема покрытия и его цены.

Электронная торговля – инновационный метод продаж в Московском регионе

А.Д. Ниязов, аспирант кафедры управления,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»
г. Королев, Московская область

Динамичное развитие сферы оптовой и розничной торговли не только в Московском регионе, но и по всей России, адекватно усиливает конкуренцию за счет увеличения, как количества предпринимателей, так и ассортимента товаров и услуг. Масштабный прогресс современных IT-технологий вкупе с вышеуказанными условиями естественным образом привел к созданию виртуальных торговых залов в Интернете, и как следствие к формированию оптовой и розничной электронной торговли. В настоящее время процесс развития и постоянной модернизации этого нового сектора торговли представляет научный и практический интерес.

Электронная торговля, оптовая торговля, развитие электронной торговли.

Electronic trade – innovative methods of sales

A.D. Niyazov, post-graduate student,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

Dynamic development of wholesale and retail trading not only in Moscow region, but within the whole Russia has been boosting competition due to both increases in the number of entrepreneurs and the larger selection of products and services. Enormous progress of modern IT technologies combined with aforementioned realities naturally led to the emergence of virtual trading floors and, consequently, establishment of wholesale and retail e-trading. Contemporary development processes and subsequent constant modernization of this segment of trading riggers both scholarly and practical interest.

Electronic trade, wholesale trade, development of the electronic trade.

Неоспоримо, что сфера торговли является важной отраслью российской экономики. Как и другим отраслям экономики, торговле свойственно непрерывное развитие. В связи с повышением уровня конкуренции на предприятиях торговли постоянно происходят различные изменения: расширяется спектр предлагаемых услуг, корректируется подход к ценообразованию, реализуются новые формы сбы-

та, создаются особые условия для посредников, применяются новые формы кадровой политики, вводятся в эксплуатацию новейшие средства автоматизации труда, IT-технологии и другое. Совершенствуя коммерческую деятельность, руководители торговых предприятий ожидают рост величины прибыли, что подразумевает коммерциализацию всех нововведений, то есть инновации.

В настоящее время одной из основных тенденций изменений рыночной среды является неизменное внедрение информационных технологий и разработка новейших электронных продуктов в коммерческие процессы. В сфере бизнеса и торговли эти изменения имеют отражение, прежде всего, в стремлении торговых компаний в переходе к электронному стилю продаж.

Исследования проведенные Фондом «Общественное мнение» (ФОМ), сервисами Яндекс.Новости и Яндекс.Каталог, исследовательской группой TNS и компанией RU-Center показали, что месячная аудитория Интернета в России за 2011 год выросла на 17% и составила 54,5 миллионов человек. По данным ФОМ аудитория Интернета растет за счет регионов, более 93% новых пользователей живут за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Аудитория мобильного интернета выросла вдвое, тогда как аудитория интернета в целом – только на 50%. [3].

По нашему мнению, вышеуказанные факторы развития Интернета в регионах демонстрируют необходимость совершенствования и развития электронной торговли, доступность которой целесообразно не только в больших городах России, но и в отдаленных регионах, где распространена сеть Интернет.

Основными пользователями Интернет – пространства являются люди молодого и среднего возраста, которые заинтересованы в экономии собственного времени. Покупатели оценили удобство и выгоду осуществления онлайн-покупки: это и круглосуточная доступность интернет-ресурса, и возможность избежать суеты традиционных магазинов, а также широкий ассортимент виртуальных товаров, возможность ознакомиться с техническими характеристиками и воспользоваться системой сопоставления цен. Многие покупатели используют сеть Интернет для поиска нужной информации по товару, другие – для поиска магазина с наиболее низкой ценой. В данном случае преимущество за магазином, в котором необходи-

мый товар будет в наличии, по приемлемой низкой цене и с возможностью доставки.

То есть, одной из важнейших задач в электронной торговле является доставка товара. В России по сравнению с западными и европейскими компаниями рынок транспортных услуг гораздо менее развит. На рынке присутствует множество различных транспортных компаний, но, как правило, они осуществляют доставку только в крупные города, где присутствуют представительства данных компаний. Слабой конкуренции в сфере транспортных перевозок сопутствуют высокие расценки на стоимость доставки, которые, порой, при перевозке превышают стоимость самого товара, а это, в конечном счете, превращает сделку в невыгодную.

Поэтому, мы считаем, что в связи с различной дальностью нахождения покупателей и наличием множества региональных транспортных компаний, следует предоставить право выбора транспортной компании непосредственно клиенту. В свою очередь продавец реализует товар за вычетом транспортных расходов, а покупатель может регулировать затраты путем поиска или выбора наиболее выгодного перевозчика.

Для успешной реализации коммерции в сфере электронной торговли предпринимателям необходимо иметь собственный Интернет-сайт. Это дает возможность обладать собственным информационным порталом, работающим 24 часа в сутки. Важным преимуществом является также контроль над расходами на рекламу и PR. Сайт становится развернутым и стабильным источником информации для потенциальных покупателей по всей России и СНГ и доступен всегда, что особенно важно в связи с наличием разных часовых поясов в России.

На начальном этапе работы в сфере электронной торговли предприятию необходимо определить пять основных направлений:

1. Создание интернет – сайта.
2. Продвижение товаров и услуг в интернет-пространстве, реклама на тематических интернет-форумах и в блогах.
3. Информирование о торговой компании на профессиональных интернет порталах.
4. Организация сбыта и осуществление контроля от начала до окончания сделки.
5. Постоянный отбор наиболее выгодных предложений от поставщиков, производителей и логистических компаний.

Рассмотрим более подробно вышеуказанные направления. Для создания интернет – сайта, предпринимателю необходимо определить каким будет сайт и для каких целей он создается. Основные виды:

- Сайт – визитка
- Представительский сайт
- Корпоративный сайт
- Интернет-магазин.

Коммерсантам при выборе варианта интернет-сайта следует понимать, что тип сайта не столь важен, главное – чтобы сайт привлекал новых клиентов не только со всей России, но и из зарубежья. Для этого необходимо проводить дополнительные работы по информационному продвижению сведений о товарах и услугах через сеть Интернет. Посещать тематические интернет-порталы и регистрировать на них сайт, детально описывать предлагаемый товар или услуги и рекламировать их. Подробно рассматривает данный вопрос Александр Садовский в своей статье «Стратегия продвижения сайтов в поисковых системах» [2]. А. Садовский предлагает разные варианты привлечения клиентов из Интернета, первый из которых оптимизация сайта, второй – контекстная реклама в поисковых системах.

Одним из важнейших этапов в электронной торговле является общение менеджера по продажам с клиентом. Для этого участка работы торгового предприятия необходимо привлекать опытных менеджеров, которые имеют навык и умение

качественно доносить до клиента всю необходимую информацию. Специфика электронной торговли заключается в том, что клиент не может видеть и осязать товар, поэтому задача менеджера по продажам заключается в умении грамотно и точно описать товар, убедить клиента в надежности сделки, качестве предлагаемой продукции, а также в экономической эффективности приобретения товара именно у него.

Для сохранения устойчивых высоких позиций на рынке предпринимателю необходимо постоянно проводить мониторинг рынка, определять наиболее надежных и выгодных поставщиков, осуществлять поиск производителей аналогичных товаров, создавать клиентскую базу и условия для расширения ассортимента. Необходимо учитывать, что интернет-сайт, привлекает не только новых клиентов, но продавцов. Продавцы-производители находятся в поиске новых клиентов в Интернете и, соответственно, будут выходить на интернет-сайты, предлагающие сходную продукцию для сотрудничества и взаимодействия.

Одним из ярких примеров развития электронной торговли в России, по нашему мнению является сайт мегамаркета OZON.ru. Интернет-магазин OZON.ru был открыт в 1998 году и является одним из первых российских проектов электронной коммерции в сегменте B2C, то есть в сегменте розничных продаж [1].

Для всеобъемлющей характеристики электронной торговли, считаем необходимым, прокомментировать недостатки данного вида коммерции. В первую очередь следует понимать, что электронная торговля характеризуется технологическими процессами Интернет-пространства, и не всем потребителям на текущем этапе времени доступна данная сфера технологий. Многие потребители не применяют Интернет возможности для платежных операций, одни из-за незнания или невозможности их осуществления, другие из-за недоверия платежным системам. Существенным показателем ограниченности

электронной торговли, особенно ее розничного сектора, является невозможность перманентной примерки или осмотра «вживую», что немаловажно для определенного вида товаров.

Торговля во все времена оставалась наиболее гибкой, легко модулируемой системой экономики. Современные изменения, происходящие в торговом секторе российской экономики, делают очевидным тот факт, что электронная коммерция со временем вытеснит традиционную форму продаж по некоторым товарам, либо придаст традиционной розничной торговле новый вид.

Однако, понимая эффективность электронной торговли, мы считаем, что, прежде всего для ее развития и продуктивного функционирования необходимо решить ряд задач, среди которых:

1. Бесперебойное и высокоскоростное обеспечение Интернет пространством по всему региону. Увеличение зоны покрытия беспроводного Интернета.
2. Совершенствование системы транспортно-логистического комплекса, создание условий для свободной конкуренции.

3. Развитие и совершенствование системы электронных платежей и электронных денег.

4. Совершенствование правовой базы электронной коммерции.

Таким образом, считаем, что решив вышеперечисленные задачи, будет создана среда, в которой электронная коммерция будет развиваться быстро и эффективно. Торговля в России пока находится на стадии развития и становления. Несомненно, по мере развития и совершенствования, будут возникать и новые проблемы. Но как показывает опыт, проблемы не тормозят развитие электронной торговли, как ветви коммерции, а наоборот, стимулируют развитие и совершенствование системы, поскольку по мере решения возникающих проблем, предприниматели находят новые пути, содействующие прогрессу электронной торговли. В конечном итоге, от этого выигрывает покупатель, в масштабе же экономической сферы происходит увеличение показателей деловой активности, с соответствующим высвобождением капитала, идущего на развитие отрасли.

Литература

1. История OZON.ru – история успеха и развития. СМ. URL: <http://www.ozon.ru/context/detail/id/5085342/>.
2. Александр Садовский. Оценка эффекта от продвижения интернет-ресурсов. Труды конференции «Стратегия продвижения сайтов в поисковых системах», 2002.
3. Развитие интернета в регионах России. Компания Яндекс. Исследования/Информационные бюллетени. СМ. URL: http://company.yandex.ru/researches/reports/internet_regions_2012.xml.

Аспекты инновационной реструктуризации российской экономики

В.А. Старцев, начальник управления по науке – зам. проректора
по научной работе, к.э.н.,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»
г. Королев Московская область

В статье представлено исследование аспектов инновационной реструктуризации российской экономики. В статье акцентируется внимание на необходимости качественной модернизации сферы услуг, в основе которой должна стоять эффективная кластерная политика государства. Одним из необходимых условий повышения конкурентоспособности отечественной экономики является развитие туристических кластеров.

Инновации, туризм, кластер, новая экономика, сфера услуг.

Innovative aspects of restructuring the Russian economy

V. A. Startsev, Deputy Vice-rector for Research,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

The article presents study of aspects of the innovative restructuring of the Russian economy. The article focuses on the need to upgrade service sector based on effective cluster policy. The development of tourism clusters is one of the necessary conditions for improving competitiveness of the national economy.

Innovation, tourism, cluster, a new economy, service sector.

В условиях возрастающей мировой конкуренции за природные, трудовые ресурсы, доступ к рынкам и капиталу, Россия встала перед неизбежностью новой индустриализации, единственным необходимым условием перехода на новые социально-экономические отношения под названием «Новая экономика»[6].

Термин «Новая экономика» характеризует ряд качественных и количественных изменений произошедших в мировой экономике за последнее время [5]. Соглас-

но теории длинных волн Кондратьева «новая экономика» – это новый долгосрочный экономический цикл, берущий своё начало с научно-технической революции и обозначающий переход от индустриального к постиндустриальному строю экономики, в котором большая часть экономически активного населения вследствие высоких темпов роста производительности труда в промышленности и сельском хозяйстве занята в сфере услуг и информации.

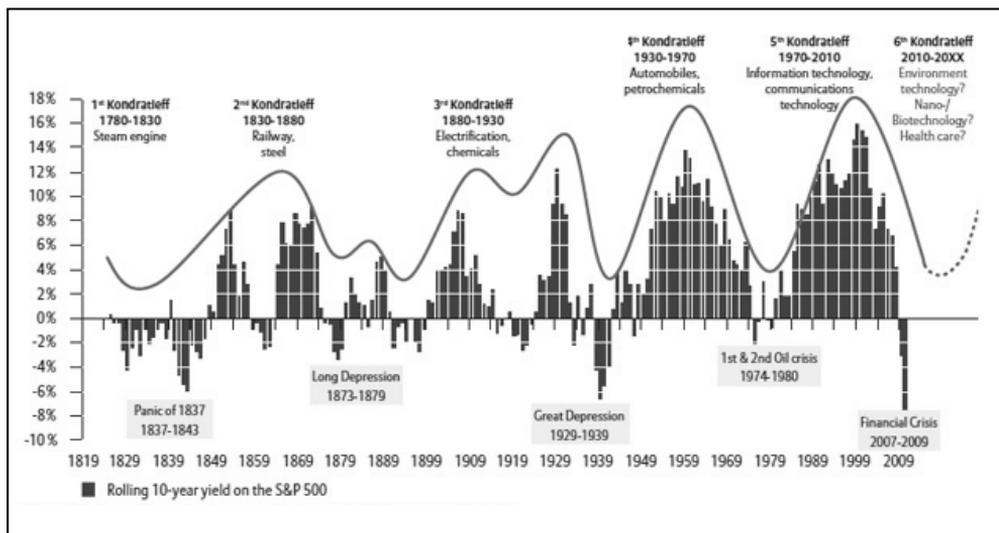


Рис. 1. Экономические циклы Кондратьева [2]

Чем выше уровень социально-экономического развития страны, тем выше удельный вес сектора услуг в экономике, ее доля в структуре ВВП и доля занятых в данном секторе. Постиндустриаль-

ное государство (как высшая форма социально-экономического развития общества) в структуре ВВП должно иметь не менее 70% услуг.

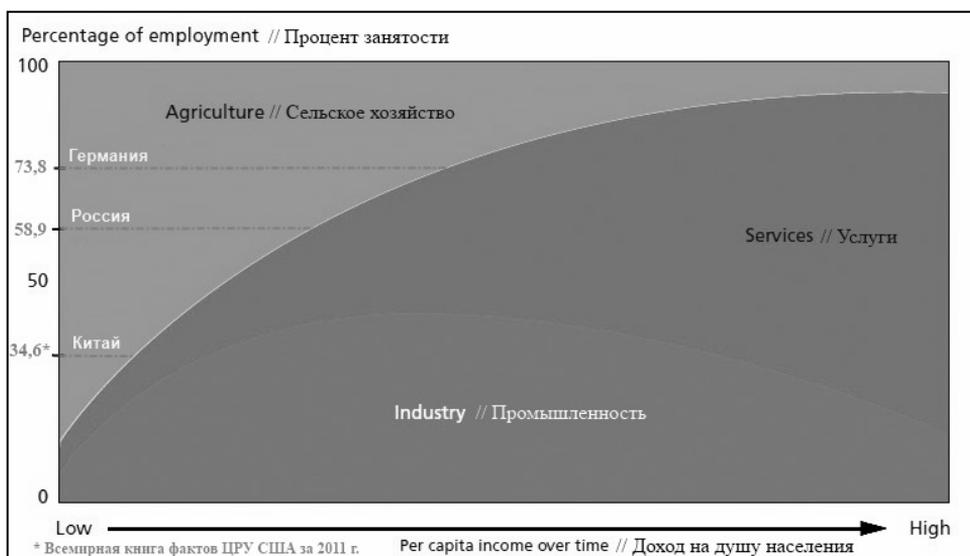


Рис. 2. Изменение структуры занятости по секторам в зависимости от уровня экономического развития [8]

Несмотря на значительный «сырьевой» крен Российской экономики (доля

топливно-энергетических товаров по данным ФТС в российском экспорте выросла

к 2011 году до 71.2% (сырьё и энергоносителей – 85%)[14], причём доля в доходах федерального бюджета принятого на 2011 год от нефтегазового сектора составила

46,2% [10]) по удельному весу сектора услуг Россия приближается к постиндустриальным странам (58,9 % от ВВП, 62,7% общей рабочей силы; 2011) [3]

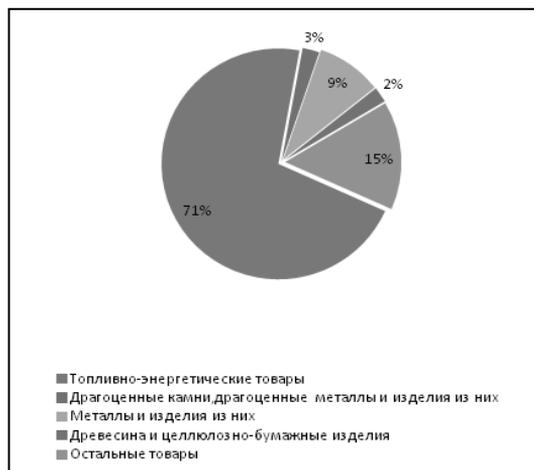


Рис. 3. Товарная структура экспорта РФ в 2011г [13]

Сфера услуг является одной из самых перспективных и быстро развивающихся отраслей «новой экономики», основанной на знаниях.

Так, с 2002 года к 2010 году в структуре мировой экономики доля услуг выросла в среднем ежегодно на 2,7% и к концу периода составила уже 63,2% от ВВП, а мировой оборот услугами за этот же период вырос на 1,9% и достиг 11,7% по отношению к ВВП [1].

Вторая индустриализация Российской экономики невозможна без качественной модернизации сферы услуг, в основе которой должна стоять эффективная кластерная политика государства. Развитие территориальных кластеров в России является одним из необходимых условий повышения конкурентоспособности отечественной экономики. И если в развитых странах, склонность компаний образовывать кластеры и тем самым побеждать в конкурентной борьбе, обуславливалась прежде всего стимулами рыночной экономики, в России участие государства в развитии кластеров крайне необходимо.

Одной из приоритетных, экономи-

чески эффективных и мультиплицирующих сфер экономики является туризм.

Туризм сегодня – это бурно развивающаяся индустрия: более 100 млн. занятых непосредственно в сфере туризма (98 млн. и 3,3% от общего числа рабочих мест в мире в 2011г.) и более 260 млн. занятых в смежных отраслях (255 млн. или 8,7% от общего числа рабочих мест в мире в 2011г.), вклад индустрии в мировой ВВП более 6,5 трлн. \$ (в 2011 г. 6,3 трлн. \$ – 9,1%), причём доля внутреннего туризма в мировом ВВП составляет 70,5%. [9] С точки зрения занятости роль индустрии туризма трудно переоценить, – каждый вложенный миллион долларов создаёт 50 рабочих мест (лучшие показатели только у сферы образования). В сфере туризма трудятся в 6 раз больше чем в автомобильной индустрии, в 5 раз больше чем в химической промышленности, в 2 раза больше чем в сфере коммуникаций и на треть – чем в мировой индустрии финансов [4].

Значительное количество связанных отраслей, большая ёмкость туризма с точки зрения занятости и огромный потенциал роста говорят о высокой значимо-

сти туристической отрасли для экономики страны. Без эффективного развития туристического сектора в России невозможен быстрый переход к Новой экономике. Практически каждый гражданин РФ в той или иной степени является экономическим агентом туристической отрасли оказывая услуги, работая в смежных отраслях в качестве водителя, сотрудника авиакомпании, ресторана, и даже в такой, казалось бы, далекой киноиндустрии и многих других сферах. Каждый человек вне зависимости от места работы, поехав отдохнуть

даже на выходные, уже становится «участником экономики туристической отрасли». Создание и развитие новых туристических кластеров не только увеличит количество рабочих мест в этих отраслях, но и напрямую повысит уровень жизни россиян.

Развитие туристических кластеров в России необходимо рассматривать как имиджевый ключ привлечения прямых инвестиций как в смежные с туристической отрасли сферы услуг, так и в экономику страны в целом.

Литература

1. Адамс С. «Индустрия туризма влияет на мировую экономику больше автомобильной». 2012 г. // Англ. Steve Adams. «Travel & Tourism drives world economy more than auto industry» 2012. // <http://www.rciventures.com/2012/04/travel-tourism-drives-world-economy-auto-industry>
2. Аналитика и Тренды «Шестая волна Кондратьева – длинные волны процветания». Франкфурт на Майне. 2010 г. / Allianz Global Investors Capital Market Analysis, Analysis and Trends «The sixth Kondratieff – long waves of prosperity» Frankfurt am Main. January 2010
3. Всемирная книга фактов ЦРУ США. «Россия. Раздел: Экономика». 2012 г. / Англ. The CIA World Factbook. «Russia. Chapter: Economy». 2012. // <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/rs.html>
4. Всемирный Туристический Совет. «Туристический Импульс Мировой Экономики 2012» // Англ. World Travel and Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2012 World // http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf
5. Григорян А. Л., На пути к «новой экономике»: концепции инновационного развития России // «Государство и общество», Москва, 2005, с. 82-85
6. Григорян А. Л. Проблемы определения термина «новая экономика» // Экономика и менеджмент: ученые записки. – Вып. 5.- Ч. 2.- Воронеж, 2007.
7. Мировой Банк. «Развитие сектора услуг. Индустриализация и Постиндустриализация». 2012 г. / Англ. World Bank. «Growth of the Service Sector. Industrialization and Postindustrialization» и Всемирная книга фактов ЦРУ США 2012 г. / Англ. The CIA World Factbook
8. Мировой Банк. «Статистика. Раздел: Экономическая политика и внешний долг». 2012 г. / Англ. World Bank. «Indicators. Section: Economic Policy & External Dept». 2012. // <http://data.worldbank.org/indicator/BG.GSR.NFSV.GD.ZS/countries>
9. Основные параметры бюджетной системы и основные характеристики федерального бюджета. Министерство Финансов Российской Федерации. // http://info.minfin.ru/project_fb_param_bj.php
10. Портер М. Е., «Кластеры и новая экономика конкуренции», стр. 81 – Бизнес Ревю Гарварда 1998 // Англ. Harvard Business Review, November-December 1998, М. Е. Porter, «Clusters and the New Economics of Competition», p.81 // <http://iic.wiki.fgv.br/file/view/Clusters+and+the+New+Economics+of+Competition.pdf>
11. Старцев В.А., Бунич Г.А., «Туристический продукт: теория, практика, инновационные аспекты» / – М.:2012 – 236 с.
12. Федеральная Таможенная Служба Российской Федерации «Товарная структура ЭКСПОРТА Российской Федерации со всеми странами январь-декабрь 2011 г.» // http://www.customs.ru/index2.php?option=com_content&view=article&id=15603:-----2011-&catid=52:2011-01-24-16-28-57&Itemid=1978

Инновационные подходы кластерного развития туристической сферы в Российской Федерации

В.А. Старцев, начальник управления по науке – зам. проректора по научной работе, к.э.н.,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»
г. Королев Московская область

В статье рассматриваются инновационные подходы кластерного развития туристической сферы в Российской Федерации. Представлена классификация подотраслей туристической индустрии. Предложен новый подход к адаптации модели «национального ромба» Майкла Портера к условиям российской экономики.

Инновации, туризм, кластер, кластерная политика, ромб Портера.

Innovative aspects of restructuring the Russian economy

V. A. Startsev, Deputy Vice-rector for Research,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

The article discusses the development of innovative approaches of tourism clustering in the Russian Federation. The classification of sub-sectors of tourism industry. A new approach to model adaptation of the "national diamond" by Michael Porter to the conditions of the Russian economy.

Innovation, tourism, cluster, cluster policy, Porter's diamond.

Индустриализация Российской экономики предполагает, в том числе, качественную модернизацию сферы услуг, в основе которой должна стоять эффективная кластерная политика государства.

Развитие региональных туристских кластеров в России является важнейшим фактором современного развития отечественной экономики.

Внимание мировой научной общественности к исследованию кластеров привлек своими трудами профессор Гарварда Майкл Портер. Сегодня, несмотря на смещение приоритетов в развитии миро-

вой экономики в сторону сферы услуг (переход к новой экономике знаний) большинство исследований касается индустриальных (промышленных) кластеров. До сих пор туризм остается наименее изученной отраслью мировой экономики.

Портер выделяет факторы, являющиеся основными для создания долгосрочной конкурентной среды. В своей модели он определяет четыре «драйвера», которые определяют конкурентоспособность кластера.

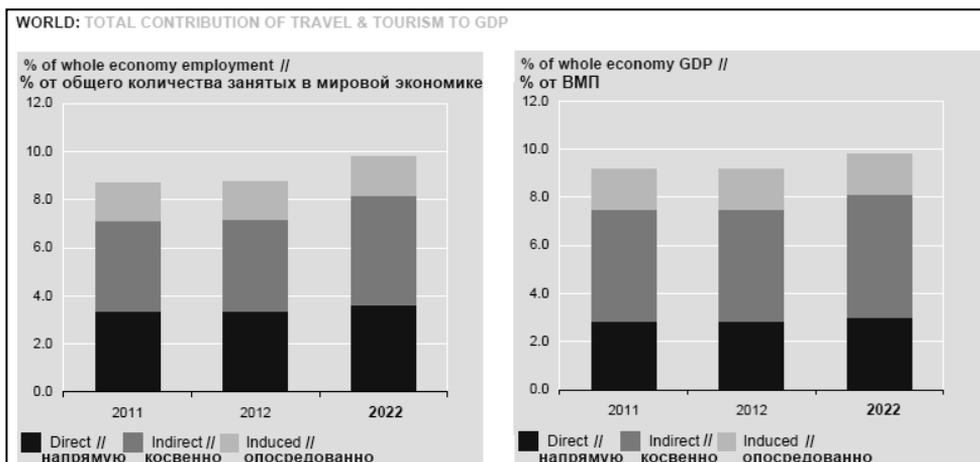


Рис. 1. Вклад индустрии туризма в мировую экономику [3]

«Кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [7]

Эти атрибуты, согласно теории Портера, являются главной причиной почему компании регионального кластера являются инновационными и конкурентоспособными.

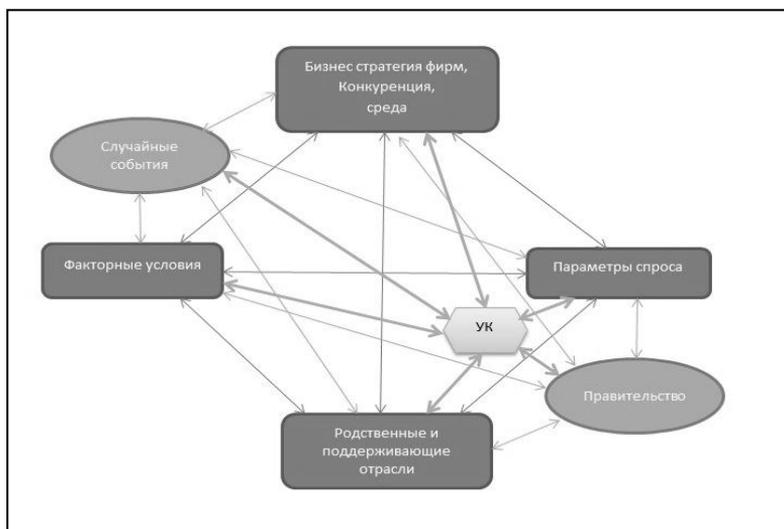


Рис. 2. Модель Портера

Факторные условия (исходные)

Согласно классической экономической теории конкурентные преимущества нации или региона объясняются наличием и качеством основных факторов производства (труд, земля, капитал). Если

говорить о кластерах, эти факторы и являются предметом конкуренции фирм региона. Базовым фактором для туристической отрасли являются достопримечательности, как природные так и созданные «с нуля человеком».

Например, Лас Вегас, – город в пустыне Невада, исключительно существующий благодаря туризму. Само существование которого доказывает, что для успешного развития туристической деятельности в стране недостаточно лишь обладать природными ресурсами, привлекающих туристов, компаниям кластера также необходим доступ к целому ряду специализированных факторов. Качество которых напрямую зависит от усилий государства. Специализированными туристическими факторами являются следующие: инфраструктура, обеспечивающая доступ к базовым факторам (дороги, аэропорты), квалифицированные трудовые ресурсы, финансовая инфраструктура и свободный доступ к капиталу, высокий уровень безопасности и др.

Безусловно, в России эти составляющие конкурентоспособности не соответствуют современным требованиям к туристической отрасли. Советское наследие требует быстрой модернизации, которая в наших условиях не возможна без непосредственного участия государства.

Условия спроса

Региональный спрос напрямую зависит как от локальных, так и от иностранных туристов. Понимание запросов

местных и иностранных туристов жизненно необходимо для развития отрасли, чему прежде всего способствует тесное соседство компаний кластера и вовлечённость значительного количества населения в туристическую деятельность. Чем более широка специализация компаний, входящих в туристический кластер, тем более интенсивным является процесс обмена информацией между экономическими агентами.

Спрос на качественный туристический продукт в России может стать определяющим фактором в развитии туристических кластеров. В 2011 году Россия поднялась на 7-е место в рейтинге стран лидеров по расходам на выездной туризм, в Европе больше россиян за границей тратят только французы, англичане и немцы [2]. Учитывая растущий уровень доходов, приближающийся к средним уровням восточной и центральной Европы, [13] ВВП (ППС) на душу населения в 2011 г. В РФ составил 16,800 тыс. долларов [4] (33,800 в среднем по ЕС) и готовность потратить эти доходы на туризм, самое большое население Европы, – 138 млн. чел. (из них трудоспособного населения 75,4 млн. чел. – 7-8 место в мире) [1] перспективы роста локального туризма огромные, было бы достойное предложение.

Табл. 1. Рейтинг стран по общим расходам населения на выездной туризм [2]

	Страна	Регион	Расходы на выездной туризм 2011г. (млрд.)
1	Германия	Европа	\$84.3
2	США	Северная Америка	\$79.1
3	Китай	Азия	\$72.6
4	Великобритания	Европа	\$50.6
5	Франция	Европа	\$41.7
6	Канада	Северная Америка	\$33.0
7	Россия	Европа	\$32.5
8	Италия	Европа	\$28.7
9	Япония	Азия	\$27.2
10	Австралия	Океания	\$26.9

Бизнес стратегии, конкуренция, среда

Развитие рыночных институтов, исторические и культурологические факторы, все это создаёт атмосферу борьбы и конкуренции и определяет её накал. Среда долгосрочной конкуренции жизненно необходима для эффективного развития туристического кластера как для компаний соперничающих каждая на своём внутреннем рынке отрасли, так и для всего кластера в целом на мировом рынке туристических продуктов. Чем больше степень этой конкуренции, тем, как правило выше качество предлагаемых услуг, больше количество инноваций и новых продуктов (рестораны, гостиницы, туристические агентства)

Организационная инфраструктура для развития туризма имеет основополагающее значение. Несовременная индустрия гостеприимства в России, низкая квалификации и непрофессионализм управляющих гостиниц косвенно отражены в информации таких общедоступных интернет сервисов, как booking.com, tripadvisor.com, tophotels.com, expedia.com и др. А ведь от этого напрямую зависит туристическая привлекательность и конкурентоспособность страны на мировой арене.

Связанные и поддерживающие отрасли

Связанные и поддерживающие отрасли представляют собой как раз тот перечень взаимно зависимых отраслей, налаженная и эффективная связь между которыми является необходимым условием конкурентоспособности кластера в целом. Туристические Кластеры характеризуются прежде всего широким набором отраслей разной специализации.

Именно государственное участие в развитии кластеров в России сможет наладить процесс взаимодействия между смежными отраслями и создать стимулы для долгосрочной конкуренции, тем самым улучшив конкурентоспособность отдельных отраслей.

Случайные события (риски), правительство

Два дополнительных фактора оказывающих непосредственное влияние на конкурентоспособность и общее состояние компаний. Риски – это как правило события неподвластные контролю со стороны исследуемого региона или определённой территории (национальному правительству). Такие как: резкие колебания валютных курсов, угроза войны и терроризма, природные катаклизмы и др.

Туризм не является чисто коммерческой отраслью, государство инвестирует, создаёт инфраструктуру, проводит свою политику и тем самым непосредственно участвует в деятельности туристической индустрии в достаточно большой степени. Государство может как навредить, так и способствовать росту конкурентоспособности кластера широким спектром различных инструментов: политика в области образования и науки, процентные ставки, курсы валют, налоговая и антимонопольная политика, трудовое законодательство, поддержка малого предпринимательства и т.д.

Деятельность государства с точки зрения ведения бизнеса, в том числе и туристического лучше всего характеризует индекс инвестиционной привлекательности. Согласно исследованию, подготовленному Национальным Рейтинговым Агентством (НРА) Россия за последние три года улучшила свою позицию и уже занимает 118 место (из 212), что также связано с ухудшением индексов ряда стран из-за кризиса. Наша страна превосходит в рейтинге ряд стран Латинской Америки, Африки, страны бывшего Советского Союза и некоторые восточноевропейские страны и занимает 4-е место среди стран БРИКС, опережая по этому показателю только Китай (ЮАР – 48 место, Бразилия – 65, Индия – 87, Китай – 120). [5]

Управляющие кластерные компании (УК)

Национальные особенности, небогатый опыт рыночной экономики, пробелы в законодательстве, неэффективная систе-

ма налогообложения и в целом отсутствие системы сдержек и противовесов – всё это оказывает непосредственное влияние на конкурентоспособность нашей экономики в том числе и на появление в ней экономически обособленных кластерных образований. Учитывая российскую специфику для создания туристических и других кластеров необходимо прямое участие государства. Инструментом для их создания могут стать и уже становятся государственные управляющие кластерные компании (УК). В каждом кластере УК должна стать тем самым аккумулирующим ядром, оказывающим влияние и взаимодействующее со всеми вышеперечисленными факторами определяющими конкурентоспособность кластера.

Для обеспечения эффективной деятельности, вновь создаваемые УК должны руководствоваться едиными принципами. Для этого в уставе и других руководящих документа задачи таких компаний должны быть сформулированы поэтапно, где завершающим этапом в чётко обозначенные сроки должен стать выход УК на биржу. Это позволит обеспечить прозрачность деятельности таких компаний, что связано с необходимостью ведения строгой финансовой отчётности (желательно по МСФО), их публичность и освещение деятельности в СМИ, а также при выходе на биржу путём первичной продажи акций (ИПО) [11] позволит получить необходимые средства для дальнейшего развития.

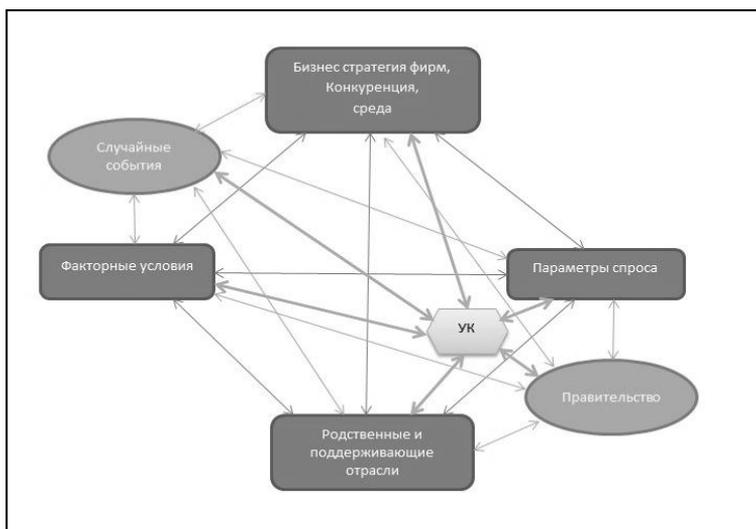


Рис. 3. Управляющие компании в модели Портера

Для оператора туристического кластера (УК) этапы могут выглядеть следующим образом:

1 этап. Инфраструктурный. Самый затратный для государства. Кластер необходимо обеспечить прежде всего транспортной инфраструктурой: строительство и модернизация аэропортов, дорог, морских и речных портов, электростанций, обеспечение водоснабжения, охрана окружающей среды и многие другие масштабные проекты.

2 этап. Создание стержня. Если нет уже существующих компаний – то их необходимо создать. Компании смежных с туристической отраслей с государственным участием. Например, гостиницы, рестораны, прокат, такси, интернет сервисы, – все необходимое для обслуживания первых туристов.

3 этап. Приватизация. Оставить государству только социальную инфраструктуру – общественный транспорт, дороги и т.д. и последующая обязательная продажа акций

УК на бирже в ведении которой будет находиться управление стержнем кластера. Остальные непрофильные активы также должны быть приватизированы.

Ярким примером государственной политики в области развития туристических кластеров является ОАО «Курорты Северного Кавказа», государственная компания с уставным капиталом в 5,35 млрд.

руб.[14], созданная в 2010 году – первый в России государственный оператор туристического кластера. Основной целью компании является реализация Постановления Правительства Российской Федерации от 14 октября 2010 г. № 833 «О создании туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и Республике Адыгея».

Табл. 2. Основные социально экономические показатели создаваемого туристического кластера на Северном Кавказе [17]

Общий объем финансирования проекта: 451,4 млрд. рублей					
обеспечение горно-рекреационных комплексов внешней и внутренней транспортной и коммунальной инфраструктурой	60 млрд. рублей	обустройство склонов и строительство спортивных сооружений	96,6 млрд. рублей	строительство объектов курортной инфраструктуры	294,8 млрд. рублей
Планируемый социально-экономический эффект проекта					
вклад проекта в валовой региональный продукт к 2020 году			700 млрд руб		
доходы бюджетов всех уровней			более 200 млрд руб		
совокупные налогооблагаемые финансовые потоки по отраслям экономики (за 20 лет)			более 2 трлн руб		
налогообложение по связанным отраслям экономики за тот же срок			свыше 640 млрд руб		
будет создано постоянных рабочих мест			до 320 000		

Планируется, что часть объектов в рамках проекта будет построена за счет государственного финансирования, в том числе из средств бюджетов федеральных целевых программ «Юг России (2008–2012 годы)» и «Развитие транспортной системы России (2010–2015 годы)», а также за счёт ресурсов Инвестиционного фонда РФ и средств, освободившихся в ходе корректировки ряда инвестиционных программ. Территории, где будет находиться кластер в соответствии с Федеральным Законом РФ от 22.07.2005 № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» будет присвоен статус ОЭЗ, что позволит сформировать более приятный инвестиционный климат.

История нашего государства показывает, что одним из важнейших конкурентных преимуществ страны являются реализации масштабных проектов – больших строек (строительство Транссиба, Бе-

ломор канала, послевоенная индустриализация, космическая гонка, сегодняшняя олимпийская стройка и т.д.). Накоплен богатый опыт мобилизации ресурсов для решения глобальных задач и достижения всеобщей цели. Поэтому необходимо создание подобных проектов и в других социально-значимых и безусловно привлекательных для туризма направлениях. Однако, не стоит забывать и о динамике внешних условий. Государство не должно забывать о рыночных принципах функционирования российской экономики в условиях глобализации и всякий проект должен быть экономически эффективен. Важно тщательно продумать механизмы выхода из подобных стержневых компаний, чтобы созданные искусственно государством структуры, продолжали эффективно функционировать и развиваться. Именно сейчас государству необходимо прикладывать максимум усилий не только

по формированию кластерной политики, но и активно участвовать в её реализации путём создания в каждом кластере стержневых управляющих компаний с государственным участием, учитывая специфику российской экономики. Так же необходима тщательная проработка механизмов управления кластерами, в том числе механизмов выхода государства в заранее

определённые сроки из управляющих компаний для их дальнейшего эффективного развития в рыночных условиях и максимальной прозрачности в период участия государства. Данные механизмы должны быть универсальны и применимы не только к туристическим территориальным, но и к другим специальным кластерам российской экономике.

Литература

1. Всемирная книга фактов ЦРУ США 2012 г. / Англ. The CIA World Factbook
2. Всемирная Туристическая Организация «Туризм. Основные результаты 2012» // Англ. UNWTO «Tourism Highlights 2012 Edition»
3. Всемирный Туристический Совет. «Туристический Импульс Мировой Экономики 2012» // Англ. World Travel and Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2012 World.
4. Международный Валютный фонд // Англ. International Monetary Fund, [World Economic Outlook Database, September 2011](#)
5. Национальное Рейтинговое Агентство (НРА) «Самые инвестиционно привлекательные страны» // <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2011/07/14/33356430>
6. Организация экономического сотрудничества и развития «Инновации и рост туристической отрасли», ОЭСР 2006 // Англ. Organization for economic cooperation and development. «Innovation and growth in tourism», OECD 2006
7. Портер М. Конкуренция.: Пер. с англ.: – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
8. Постановление Правительства Российской Федерации № 833 «О создании туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и Республике Адыгея». Москва. 2010 г.
9. Распоряжение Правительства Российской Федерации № 1662-р. «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». Москва. 2008 г.
10. Сара Нординг. «Туристические кластеры и инновации». Остерсунд. 2003 // Англ. Sarah Nording. «Tourism Clustering & Innovation» Ostersund. 2003.
11. Старцев В.А., «Посткризисное IPO: где и как проводить?», «Консультант», 2010, N 15 // <http://www.pacioli.ru/images/items/218/Kons-15-10-24.PDF>
12. Старцев В.А., Бунич Г.А., «Туристический продукт: теория, практика, инновационные аспекты» /.– М.:2012 – 236 с.
13. Федеральная служба государственной статистики. «Россия и страны – члены Европейского Союза», 4.10. Основные результаты международного сопоставления ВВП за 2008 г. http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_65/IssWWW.exe/Stg/04-15.htm
14. Устав ОАО «Журорты Северного Кавказа» // <http://www.ncrc.ru/r/documents/internal/index.php>
15. Федеральный закон Российской Федерации № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации». Москва. 2005 г.
16. Ферера Ж., Эстевайо К., «Региональная конкурентоспособность туристического кластера: предложение концептуальной модели» Joao M. Ferreira, Cristina M. S. Esteveao, «Regional competitiveness of a tourism cluster: a conceptual model proposal», 2009
17. Интернет ресурс. Режим доступа: <http://www.ncrc.ru/r/investors/investitions/>

Маркетинг в системе торговли

А.В. Ткач, заведующий кафедрой экономики, кооперации и предпринимательства, доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ
Российский университет кооперации,
г. Мытищи Московская область
Н.С. Нечитайлова, магистр университета прикладных наук Нюрнберга (Германия)

В статье рассматриваются особенности маркетинга в розничной торговле, раскрывается опыт работы маркетинговых служб, анализируется состав и порядок предоставления услуг в розничных торговых предприятиях, показана работа ряда фирм и компаний на рынке России.

Торговый маркетинг, предприятия розничной торговли, оптовая продажа, торговые услуги, информационные услуги, бренд, закупка товаров, доступность товаров, цена, каналы распределения товаров, торговый концерн, персонал, ценообразование, наценки на товар, германский рынок, конкурентоспособность.

Marketing in the trade

A. Tkach, , doctor of economic sciences, professor, Honored Scientist of Russia,
N.S. Nechitailova, and Master of the University of Applied Sciences
Nuremberg (Germany)

This article discusses features of retail marketing, reveals experience of marketing services, analyzes the composition and the provision of services in retail trade enterprises, the work shows the number of firms and companies in the Russian market.

Trade marketing, retail, wholesale, retail services, information services, the brand, purchase of goods, availability of goods, price, channels of distribution of goods, the trade group, personnel, pricing, margins on the goods, the German market competitiveness.

Маркетинг любого хозяйствующего субъекта начинается с принятия концепции, характеризующей его цель, идеологию, стратегию развития и виды деятельности. Если предприятие (концерн, фирма, компания) приняло концепцию, оно может использовать всевозможные методы, выработанные в данной сфере экономической практики с учетом сложившейся ситуации на рынке, где предприятие осуществляет свою деятельность. Маркетинг в розничной торговле предпо-

лагает постоянный мониторинг движения товаров, услуг и трудовых ресурсов, возможности конкурентов по наращиванию поставок товаров и его ассортимента.

В сферу деятельности торгового маркетинга в розничной торговле входят торгово-посреднические услуги, включающие оптовую перепродажу и розничную реализацию товаров конечному потребителю. Специфика работы обуславливается самим набором торговых услуг – гарантированностью поступления товаров в стро-

го определенные сроки, их качественной надежностью, физической и экономической доступностью. К числу основных задач торгового маркетинга входят: торговые услуги, включающие приобретение потребительских ресурсов и формирование товарных запасов с учетом пожеланий потребителей.

На маркетинговую деятельность предприятий торговли оказывают влияние следующие компоненты: наименование товара, цена, каналы товародвижения, скорость товарооборота, месторасположение, персонал и оформление товаров. Одной из особенностей торгового маркетинга выступают торговые услуги, которые практически неотделимы от производителя и поставщика. Специфичность услуги заключается в том, что организаторы розничной торговли должны иметь четкое представление о видах и наборе услуг, которые хотят получить потребители.

Розничные торговцы довольно склонны преувеличивать качество оказываемых ими услуг, чем их покупатели. В связи с этим следует постоянно отслеживать складывающуюся ситуацию на рынке услуг и своевременно вносить корректировки. При таком подходе можно будет повысить качество предоставляемых покупателю услуг, довести их набор до уровня полного удовлетворения потребностей потребителей, что и будет положительно отличать продавца от конкурентов.

В ряде крупных организаций, успешно и длительное время работающих на рынке, часто соприкасающихся с потребителями, предоставляются последним определенные льготы. В крупных торговых комплексах для этих целей создают уголки психологической разгрузки, обеспечивают столы чаепития, предоставляют фото услуги и т.п.

Предлагая покупателю розничного торгового предприятия более полный и качественный по сравнению с конкурентами набор услуг, торговая организация тем самым возвышает себя перед своими конкурентами.

Многие крупные торговые компа-

нии в интересах покупателей продлевают работу магазинов, вплоть до их открытия для покупателей в воскресный день. В результате этих действий розничного торговца прилив покупателей резко увеличивается, одновременно с этим растет и объем реализации продукции. Цена торговой услуги выступает в виде наценки на товар, которая включается в цену реализуемого товара. Таким образом, расширение и разнообразие услуг покупателям не ведет к убытку магазина. Торговый посредник также участвует в формировании конечной цены, которая зависит от закупочной цены товара и от спроса в условиях конкуренции.

Приобщение покупателей к формированию набора услуг в торговых комплексах в конечном итоге повышает их потребление клиентами. Одновременно о предприятиях расходуется реклама по ареалу обслуживания, приобщая все большее число посетителей.

Однако самым надежным и широко используемым фактором привлечения в торговый дом покупателей является цена на товар, которая выступает ключевым фактором в позиционировании розничного магазина. Следует заметить, что торговля гораздо чаще, чем производитель, сталкивается с проблемами формирования цены на товар с учетом складывающейся конкуренции на рынке.

Предприятия торговли вынуждены выстраивать взаимовыгодные отношения с потребителями. Специализированные магазины должны определять торговые наценки с учетом сложившихся реалий на рынке. К наиболее эффективным действиям торговой политики следует отнести четкое соблюдение пропорций в ассортименте товара в соответствии с удовлетворенным спросом потребителя.

Методы коммуникации предприятий розничной торговли с оптовиками и потребителями играют прогрессивную роль в налаживании эффективной деятельности розничных торговых точек.

Для розничного магазина особое значение имеет бесплатная устная рекла-

ма, когда клиенты-покупатели делятся своими впечатлениями и передают информацию далее. Мероприятия по связям с общественностью включают проводимые дни встречи с покупателями на днях открытых дверей, где происходит общение за кулисами торгового предприятия. Желающие могут принять участие в семинарах.

Важным фактором торгового маркетинга является месторасположение торгового предприятия, качество работающего в магазине персонала и оформление торговых залов и выкладки товаров.

Если учесть, что сервис, ассортимент – факторы не постоянные, могут быстро трансформироваться, то следует выбирать более традиционные меры. К основным факторам, формирующим привлекательность выбираемого места, относятся: показатели размера целевого рынка; темпы увеличения жителей в данной территории.

Кроме того при выборе места расположения розничного торгового предприятия учитываются: схема дорог; видимость; нахождение рядом других магазинов, продающих одинаковый ассортимент товаров. Изучаются свобода доступа в магазин, его видимость издалека. Особое место в торговом маркетинге занимает персонал, работники торгового предприятия, обслуживающие покупателей. Важное место в торговом маркетинге занимает культурное обслуживание покупателей, способствование повышению настроения покупателей, так как приветливый сотрудник делает счастливым клиента. Очень полезно в работе торговых предприятий использовать и такие приемы, как участие покупателей в семинарах, разработке модели гибкого обслуживания покупателей и повышения уровня сервиса. Следует иметь в виду, что сотрудники находятся ближе к потребностям клиентов, лучше знают возможности удовлетворить их запросы. Работники сферы торговли получают деньги в основном за объем проданного товара. Поэтому они заинтересованы на быстрое совершение сделки

купли-продажи. Важное место в комплексе торгового маркетинга занимает фактор – оформление, включающий в себя планировку магазина, распределение торговых площадей между отделами, размещение и способ представления товара в магазине, интерьер магазина, дизайн фасада, витрин, магазинную атмосферу. Планировка может быть в виде решетки, что характерно для магазинов, торгующих продовольственными товарами.

Наиболее высоких результатов достигают те организации и предприятия, которые на основе проводимых маркетинговых исследований выстраивают стратегию продвижения продуктов и услуг. Залогом успеха деятельности фирмы является детальное знание механизмов действия экономики, многочисленные связи и надёжные партнеры в бизнесе. Это позволяет нам решающую информацию от субъектов принимающих решения в экономике и бизнесе. Имея на руках содержательную информацию, руководители фирмы в состоянии принимать оптимальное решение. На всех стадиях исследования рынка вплоть до принятия решения согласовываются все действия. Важным направлением деятельности фирмы являются также поиск и поддержка деловых контактов с предприятиями и союзами, помощь в организации экспорта и импорта на территории страны. Положительным фактором для повышения успеха в работе являются высококвалифицированные специалисты, имеющие не только многолетний опыт работы на рынке, но и в успешном продвижении продукции других фирм. На принципах сетевого маркетинга в России работает компания ООО Торговый Дом «МЕНТА», реализующая продукцию из Израиля и Германии. В коллективе главным критерием является взаимное уважение и стремление добиться высоких результатов в бизнесе. Руководство компании прилагает усилия к обеспечению успешной взаимовыгодной, надежной, долгосрочной и комфортной работы. На Российском рынке весомое место занимает крупная мировая корпорация Siemens, ра-

ботающая в самых различных отраслях мировой индустрии. Одним из важнейших направлений деятельности компании стали разработка и производство бытовой техники, по объему продаж которой она занимает второе место в Европе и четвертое в мире. Концерн Siemens AG представлен в 192 странах. 150 лет компания активно работает в России, и торговая марка Siemens в нашей стране давно стала синонимом высокого качества. Основатель фирмы, Вернер фон Сименс, родился 13 декабря 1816 г. Окончив гимназию, а затем артиллерийское инженерное училище, посвятил свою жизнь изобретательству и научным опытам. В 1847 году он провел подземную телеграфную линию в Германии и в том же году основал компанию «Telegraphenbauanstalt Siemens & Halske». В 1903 году было основано общество с ограниченной ответственностью Siemens-Schuckertwerke GmbH. В 1908 году Siemens-Schuckertwerke приобрело компанию Protos Automobile GmbH.

Фирма Siemens занялась разработкой первого электронного серийного микроскопа, и уже в 1939 году прибор поступил на рынок. В 1957 году под маркой Siemens была выпущена первая ЭВМ.

Производство бытовой техники компания Siemens начала с 1925 года. На сегодняшний день линейка бытовой техники представлена широкой гаммой приборов с элементами искусственного интеллекта: варочными панелями с инфракрасными сенсорами, стиральными машинами, определяющими количество порошка, необходимого для загруженного в барабан белья, роботами-пылесосами и другими. Компания Siemens впервые разработала и реализовала ряд уже привычных в наше время возможностей бытовой техники, таких как функция автоматической самоочистки духового шкафа, контроля утечки воды в стиральных и посудомоечных машинах, «говорящие» бытовые приборы, способные вести диалог с человеком. В числе выпускаемой компанией бытовой техники варочные панели, духовки, вытяжки, микроволновые печи, пароварки,

подогреватели для посуды, стиральные и посудомоечные машины, холодильники и морозильные камеры. Компания Siemens AG объединилась с компанией Robert Bosch GmbH в 1967 году.

Головные офисы концерна «Сименс АГ» расположены в Берлине и Мюнхене. Инновационная мощь концерна на протяжении более 158 лет нацелена на заказчика. Компания ведет активную деятельность более чем в 180 странах и имеет около 600 заводов, научно-исследовательских лабораторий и офисов продаж по всему миру. Коммерческая деятельность компании складывается из шести основных направлений: информатика и связь, автоматизация, энергетика, транспорт, медицина и световая техника. «Сименс» ежегодно увеличивает свой доход благодаря широкому спектру продуктов и предлагаемых решений. В компании работает около 461 тыс. сотрудников. Около 80 процентов всех продаж компания «Сименс» осуществляет за пределами Германии. «Сименс» традиционно уделяет большое внимание своим акционерам, защищает их права, предоставляя достоверную и своевременную информацию о своей деятельности и обеспечивая тесное сотрудничество между управляющими и наблюдательными органами. Деятельность компании согласуется с международными и национальными корпоративными правилами и стандартами. Компания старается повысить качество жизни своих клиентов. В России компания ООО «Сименс» присутствует в различных секторах экономики. Работая под девизом «Глобальная сеть инноваций», компания соединяет в себе не только различные технологии и продукты, но и разные культуры. Многообразие культур и национальностей обогащает компанию и является источником талантов и творческих идей. Стремление к профессиональному росту активно поддерживается в ООО «Сименс». Для каждого сотрудника разрабатывается индивидуальный план профессионального развития и карьерного роста. Для этого департамент управления персоналом сов-

местно с руководством подразделений ежегодно обсуждает и совершенствует программы развития сотрудников. Программа предусматривает обучение, обмен опытом, ротацию кадров. Сотрудники проходят профессиональную подготовку в учебных центрах «Сименс» по всему миру, в том числе и в Москве. Многоязычная

среда с доминирующим английским языком предполагает свободное владение им всеми сотрудниками. В связи с активным развитием компании и выводом на российский рынок новейших продуктов и технологий, ООО «Сименс» заинтересовано в привлечении локальных квалифицированных специалистов.

Литература

1. Дойл Питер. Маркетинг-менеджмент и стратегии / Пер. с англ.: «Издательство ПИТЕР», 2002г.
2. Котлер Филипп. Основы маркетинга / Пер. с англ.: – М.: «Издательский дом «ВИЛЬЯМС», 2003г.
3. Манн Игорь Маркетинг на 100%: «Издательство ПИТЕР», 2003г.
4. Райс Эл, Траут Джек Маркетинговые войны /Пер с англ. – : «Издательство ПИТЕР», 2003г.
5. Панкрухин А.П. Муниципальное управление: маркетинг территорий. — М.:~ Логос, 2002.
6. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий: мировая практика и российские перспективы // Россия на рубеже тысячелетий. — М.: ИМПЭ, 2000.

Влияние инновационного потенциала предприятия на ставку дисконтирования и вероятность успешной реализации инновационных проектов

Н.В. Фиров, д.э.н., с.н.с., профессор кафедры экономики,
И.В. Христофорова, д.э.н., профессор, проректор по учебной и учебно-методической работе,

С.В. Соколов, к.э.н., проректор по научной работе,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»,
г. Королев Московская область

Предложен подход к сравнительному анализу вероятностей успешной реализации инновационного проекта и обоснованию премии за риск при расчете ставки дисконтирования в зависимости от инновационного потенциала предприятия. Его использование будет способствовать повышению достоверности оценок срока окупаемости инновационного проекта, чистой текущей стоимости доходов, ставки доходности проекта и, как следствие, повышению обоснованности решений по инвестированию инновационных проектов.

Инновационный потенциал, вероятность успешной реализации НИОКР, финансирование инновационной деятельности, доходность, ставка дисконтирования с учетом рискованности вложения капитала, премия за риск.

The influence of the innovative capacity of enterprises the discount rate and the likelihood of successful implementation of innovative projects

N.V. Firov, doctor of economic sciences,
senior researcher, Professor of Economics,

I.V. Hristoforova, doctor of economic sciences, Professor,
Vice-Rector on educational and methodical work of the,

S.V. Sokolov, Ph.d., Vice-Rector for scientific work
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

An approach to the comparative analysis of the probability of successful implementation of innovative project and justification of risk premiums when calculating discount rates depending on the innovative capacities of the enterprise. Its use will increase the reliability of estimates of return on innovation project, the net present value of the income, the rate of return of the project and, consequently, raise the validity of decisions of investment innovative projects.

Innovative potential, the probability of success r & d financing of innovation, YTM, the discount rate, taking into account the riskiness of an investment, the risk premium.

В настоящее время наука и высокие технологии являются решающим фактором экономического роста государства. Уровень развития науки в значительной степени определяют эффективность экономики государства, уровень благосостояния, духовную и политическую культуру населения страны, а широкомасштабное использование научных достижений становится определяющим условием устойчивого развития государства и обеспечения его национальной безопасности.

Ориентация на инновационную экономику поставила ряд новых проблем теоретического характера. К их числу относится проблема оценки влияния инновационного потенциала предприятия на основные показатели реализуемых им инновационных проектов, на эффективность функционирования предприятия в целом. Решение этого вопроса непосредственно влияет на обоснованность вложения средств в тот или иной инновационный проект, на выбор организации для размещения государственного заказа на проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) и ряд других смежных вопросов.

Прежде чем перейти к разработке методического обеспечения оценки влияния инновационного потенциала на показатели эффективности реализации проектов, отметим, что в настоящее время еще нет единого подхода к определению инновационного потенциала предприятия, к структуре входящих в него элементов [2]. Более того, еще не установлен и сам термин. Существует множество идентичных или смежных понятий, не имеющих четких разграничений, таких как: «научно-производственный потенциал», «научно-технологический потенциал», «интеллектуальный потенциал» и т.п. Однако отсутствие строгой системы понятий и определений не должно быть причиной сдерживающей развитие теории. Более того очевидно, что на отдельных этапах развития науки преждевременная терминологическая однозначностью может негативно отразиться на теории, отдельные элементы

которой могут служить впоследствии исходной базой уточнения категориального аппарата.

Не вдаваясь подробно в терминологические аспекты рассматриваемых вопросов, отметим, что под потенциалом (лат. *potential* – сила, мощь) – понимается совокупность имеющихся средств, возможностей в какой-либо области. Аналогично переводится и термин «ресурсы» (фр. *ressources*) – средства, запасы, возможности, источники чего-либо. Таким образом, инновационный потенциал (ресурсы) предприятия представляет собой совокупность средств и отражает возможности предприятия в реализации инновационной деятельности. В таком разрезе инновационный потенциал должен отражать способность предприятия создавать инновации. Его основу составляет интеллектуальный потенциал и экспериментально-производственная база предприятия. Состояние именно этих элементов, в основном, и определяет способность предприятия создавать новое.

Трудно не согласиться с Бронниковой Т.С. – автором статьи «Системной подход в формировании структуры инновационного потенциала предприятия» [2], в которой детально рассмотрены структурные элементы системы инновационного потенциала предприятия. Вместе с тем, нельзя и не признать, что значительная часть рассмотренных в указанной работе элементов системы инновационного потенциала предприятия не отражают специфики инновационной деятельности и характеризуют производственный потенциал предприятия, а не его инновационную составляющую. Более того, в интересах практики инновационный потенциал необходимо уметь оценивать, а свести все множество характеристик таких разноплановых элементов системы инновационного потенциала, рассматриваемых автором к ограниченному количеству показателей, либо к единому интегральному показателю весьма проблематично, причем достоверность полученных оценок будет, мягко говоря, сомнительной.

Выделив основные составляющие инновационного потенциала предприятия и не останавливаясь на методических вопросах их оценки (существует множество работ в данной области), рассмотрим один из подходов к оценке его влияния на показатели эффективности деятельности предприятия по созданию инноваций.

Основная доля инноваций создается в процессе проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. При принятии решения о проведении НИОКР, размещении заказа на проведение НИОКР и ряда других вопросов, по нашему мнению, в качестве одного из основных показателей логично использовать вероятность успешного выполнения НИОКР. Вероятность успешной реализации проекта (выполнения НИОКР) зависит, главным образом, от объемов выделенных ресурсов и инновационного потенциала предприятия.

Проведение количественной оценки в условиях неопределенности всегда сопровождается введением тех или иных допущений. Такой прием был предложен Саркисян С.А., Ахундовым В.М. и Минаевым Э.С. в работе «Большие технические системы. Анализ, прогноз, развитие» и использован при оценке влияния объема выделяемых финансовых ресурсов на вероятность успешного выполнения НИОКР на этапе планирования [3]. Справедливость и обоснованность допущений иллюстрировалась авторами при помощи отслеживания характера изменения вероятности выполнения работы в зависимости от объема выделенных ресурсов, т.е. на качественном уровне. Таким образом, проблема количественной оценки вероятности выполнения НИОКР осталась открытой.

Принятые в указанной работе основные допущения использовались разными авторами и получили дальнейшее развитие, в частности Фиров Н.В., Гришко Я.П., Панков С.Е. и Зубакин В.В. в статье «К вопросу выбора организации на выполнение НИОКР по критерию реализуемость» продемонстрировали возможность проведения количественных оценок в интересах решения проблемы выбора организации на выполнение НИОКР [4].

Придерживаясь традиционного подхода к снижению уровня неопределенности, с учетом названных работ [3,4] введем ряд следующих допущений:

- вероятность успешной реализации проекта является неубывающей функцией от величины выделенных ресурсов;
- изменение функции пропорционально количеству вложенных ресурсов;
- коэффициент пропорциональности находится в линейной зависимости от выделенных ресурсов и близости достигнутой вероятности к ее максимальному значению;
- ресурсы представляют собой интегрированную совокупность выделяемых на проведение работы финансовых средств и инновационных ресурсов (инновационного потенциала) предприятия.
- изменение инновационного потенциала предприятия по своему влиянию равносильно аналогичному пропорциональному изменению объема выделяемых ассигнований.

В обеспечение построения аналитических зависимостей для расчета вероятностей успешного выполнения проекта введем следующие обозначения:

W – вероятность успешного завершения НИОКР;

W_{max} – предельное значение вероятности успешного выполнения проекта;

R – объем ресурсов, выделенных на проведение НИОКР;

C – объем выделенных ассигнований.

В принятых обозначениях с учетом введенных допущений будут справедли-

вы следующие зависимости:

$$dW = a \times dR, \quad (1)$$

где

$$a = b \times R \times [W_{max} - W(R)]. \quad (2)$$

Учитывая (1) и (2), можно записать следующее дифференциальное уравнение первого порядка:

$$W'(R) = b \times R \times W(R). \quad (3)$$

Общее решение уравнения (3) имеет вид:

$$W(R) = W_{max} + k \times e^{-bR^2/2} \quad (4)$$

Константа k может быть найдена из граничного условия $W(0) = 0$, с учетом которого решение (4) примет вид:

$$W(R) = W_{max} \left(1 - e^{-\frac{bR^2}{2}} \right). \quad (5)$$

Расчет коэффициента b более сложен. При его определении необходимо учитывать то обстоятельство, что рассчитать значения W при реальных объемах выделенных ассигнований практически невозможно. Единственный путь оценить влияние инновационного потенциала организации состоит в переходе от абсолютных показателей вероятности успешного проведения НИОКР к сравнительному анализу и в использовании относительных условных показателей выделяемых ресур-

сов. При этом необходимо определиться и с так называемыми базовыми условиями.

Пусть для базового (расчетного) варианта проведения НИОКР вероятность успешного выполнения работ от величины вложенных ассигнований, характеризуется некоторой зависимостью $W_{баз}(R)$. Условимся, что в базовом варианте НИОКР проводит организация, инновационный потенциал (V) которой соответствует единице, т.е.: $V_{баз} = 1$. Кроме того, примем:

$$W_{max} = 1;$$

$$W_{баз}(R) = 0,95 \text{ при } R = 1.$$

Введение указанных условий позволит определить коэффициент b в модели (5), а, следовательно, и рассчитать изменение вероятности выполнения работ в зависимости от изменения инновационного потенциала организации.

Так, при принятых ограничениях имеем $b = 5,991$.

Можно принять и другие условия проведения работ в базовом варианте. Это не принципиально. Важно, чтобы процес-

сы проведения НИОКР предприятиями с разным инновационным потенциалом сопоставлялись с одним эталоном.

Согласно ранее принятому допущению, заключающемуся в том, что изменение инновационного потенциала предприятия по своему влиянию равносильно аналогичному пропорциональному изменению объема выделяемых ассигнований, имеем:

$$R = \frac{V}{V_{\text{баз}}} C = V^{\text{отн}} \times C, \quad (6)$$

где

$V, V_{\text{баз}}$ – характеристика инновационного потенциала рассматриваемого и базового (наилучшего) предприятия, соответственно. В качестве базового принимается предприятие, инновационный потенциал которого является наибольшим из числа рассматриваемых предприятий, либо некоторое условное предприятие, каждый из элементов инновационного потенциала которого является максимальным в отрасли;

$V^{\text{отн}}$ – относительный уровень

инновационного потенциала предприятия по сравнению с базовым предприятием.

Решение системы уравнений (5) и (6) позволяет оценить влияние относительного уровня инновационного потенциала предприятия на вероятность успешного выполнения НИОКР. При этом следует, однако, отметить, что результаты оценки такого влияния зависят от установленных расчетных условий по вложенным ассигнованиям (табл. 1).

Табл. 1. Зависимость вероятности успешного проведения НИОКР при заданных условных объемах вложенных ассигнований и относительном уровне инновационного потенциала предприятия

Объем ассигнований – C (Вероятность выполнения НИОКР базовым п/я – W)	Относительный уровень инновационного потенциала п/я $V^{\text{отн}}$								
	0,5	0,6	0,7	0,75	0,8	0,85	0,9	0,95	1
0,634 (0,7)	0,259	0,351	0,445	0,491	0,536	0,580	0,622	0,662	0,700
0,733 (0,8)	0,330	0,439	0,544	0,594	0,642	0,686	0,727	0,765	0,800
0,877 (0,9)	0,437	0,562	0,675	0,725	0,770	0,810	0,844	0,874	0,900

Согласно данным таблицы с ростом объема вложенных ассигнований влияние инновационного потенциала предприятия на вероятность успешного выполнения НИОКР снижается, что вполне логично. Поэтому в целях получения согласованных (корректных с позиции обеспечения единых расчетных условий) оценок потенциальных возможностей предприятий в выполнении НИОКР необходимо правильно установить область значений величины « C », в которой целесообразно проводить сравнения. В качестве расчетных условий для проведения количественного анализа влияния иннова-

ционного потенциала на вероятность успешного выполнения НИОКР необходимо принять такие объемы ассигнований, при которых вероятность успешного выполнения работы базовым предприятием находится в некотором установленном по определенным правилам диапазоне $W_1 \dots W_2$.

Предлагается сравнение проводить в диапазоне ассигнований, обеспечивающих выполнение работы базовым предприятием с вероятностью 0,7...0,8 (средний риск). Для принятых условий имеем:

$$C_{0,7} = 0,634; \quad C_{0,8} = 0,733,$$

где

$C_{0,7}, C_{0,8}$ – объемы ассигнований,

при которых вероятность успешного за-

вершения НИОКР базовым предприятием равна 0,7 и 0,8, соответственно.

Сравнительный анализ предприятий необходимо проводить по некоторой

средневзвешенной вероятности успешного выполнения работ j-м предприятием, определяемой по зависимости:

$$W_j^* = \frac{\int_{C_{0,7}}^{C_{0,8}} W_j dC}{C_{0,8} - C_{0,7}}, \quad (7)$$

либо по вероятности, рассчитанной для среднего значения объема ассигнований из принятого диапазона ($C = 0,6835$).

Влияние уровня инновационного

потенциала предприятия на вероятность успешного выполнения НИОКР отражено в таблице 2.

Табл. 2. Коэффициент снижения вероятности успешного выполнения НИОКР в зависимости от уровня инновационного потенциала предприятия

Относительный уровень инновационного потенциала п/я ($V^{отн}$)	0,5	0,6	0,7	0,75	0,8	0,85	0,9	0,95	1
Коэффициент снижения вероятности успешного выполнения НИОКР	2,55	1,91	1,52	1,38	1,27	1,18	1,11	1,05	1

Согласно данным таблицы, очевидно, что если инновационный потенциал предприятия составляет 85% от базового уровня, то вероятность успешной реализации проекта таким предприятием будет ниже вероятности успешного завершения проекта базовым предприятием в 1,18 раза. Используя данные таблицы можно сравнить любые предприятия по вероятности выполнения ими проекта при известных уровнях инновационного потенциала. Так, например, если одно предприятие имеет уровень инновационного потенциала 0,95, а другое – 0,7, то вероятность успешного выполнения НИОКР первым предприятием будет в 1,45 раза выше.

Одна из основных проблем активизации инновационной деятельности связана с финансированием. Это вызвано тем, что инновационная деятельность требует, с одной стороны, крупномасштабных капиталовложений, обусловленных особой ролью этого вида деятельности в экономическом и социальном развитии государства при высокой степени неопределенно-

сти и непредсказуемостью результатов исследований и научных разработок, длительным сроком окупаемости инвестиций. С другой стороны, возможности государства в области финансирования инновационной деятельности существенно ограничены. В этой связи представляется, что учет такого важного показателя, как вероятность успешного выполнения НИОКР, расчет которого можно проводить разработанным выше способом, будет способствовать повышению обоснованности вложения средств в тот или иной проект и эффективности экономики.

Принятие решения о вложении капитала в инновационную деятельность, в конечном счете, определяется величиной дохода, который предполагает получить инвестор и устойчивостью проекта к рискам.

Временной разрыв между вложением средств и получением дохода требует приведения доходов к текущей стоимости. Оценка инвестиционных проектов с учетом временного фактора основана на ис-

пользовании следующих известных показателей: срок (период) окупаемости; чистая текущая стоимость доходов (NPV); ставка доходности проекта (PI); внутренняя ставка доходности проекта (IRR); модифицированная ставка доходности (MIRR); ставка доходности финансового менеджмента.

Существенное влияние на результаты расчета таких важных показателей, как срок окупаемости, чистая текущая стоимость доходов, ставка доходности проекта оказывает применяемая аналитиками ставка дисконтирования.

Несмотря на важность обоснования ставки дисконтирования при анализе инновационных проектов, указанный во-

прос в методическом плане исследован недостаточно, а оценка уровня риска, на основе которого рассчитывается ставка дисконтирования, до настоящего времени проводится достаточно субъективно.

Желаемая для инвестора доходность формируется из двух частей:

- доходности по безрисковым ценным бумагам (безрисковая доходность);
- премия за риск.

Существует несколько методов расчета ставки дисконтирования с учетом рискованности вложения капитала. Согласно кумулятивному построению ставка дисконтирования в общем виде определяется по зависимости:

$$r_k = r_{\text{бп}} + \sum_i \Pi_{ki}, \quad (8)$$

где

r_k – ставка дисконтирования на k -ом этапе инновационного процесса;

$r_{\text{бп}}$ – безрисковая ставка;

Π_{ki} – поправка на риск, обусловленная i -ым фактором на k -ом этапе инновационного процесса.

Среди составляющих ставки дисконтирования при анализе инновационных проектов необходимо выделить премии за риск при вложении средств в производство новых изделий, за риск при проведении прикладных НИР и ОКР, а также премию за риск вложения средств в фундаментальные и поисковые НИР.

Средние значения указанных поправок по данным Аньшина В.М., представленным в работе «Инвестиционный анализ», составляют: производство новых изделий – 15%; прикладные НИР и ОКР – 20%; перспективные НИР – 30% [1]. С учетом приведенных средних данных можно принять следующие диапазоны изменения премии за риск производства новых изделий – 13...17%; прикладные НИР

и ОКР – 18...25%; перспективные НИР – 26...35%.

Как средние значения премии за риск, так и диапазоны их изменения свидетельствуют лишь об уровне и соотношении рисков на различных стадиях инновационного процесса и не приемлемы для анализа конкретных проектов. Инвестор же вкладывает средства в конкретный проект, а, следовательно, и премии за риск должны быть рассчитаны (скорректированы) с учетом инновационного потенциала предприятия, уровень которого отражается в такой обобщающей характеристике, как вероятность успешной реализации проекта.

Если принять, что предприятие, инновационный потенциал которого составляет менее 70% уровня инновационного потенциала конкурента, является неконкурентоспособным с учетом данных таблицы 2 можно при расчете ставки дисконтирования принимать следующие премии за риск, представленные в таблице 3.

Табл. 3. Премия за риск

Этап инновационного проекта	Относительный уровень инновационного потенциала п/я ($V^{\text{отн}}$)						
	0,7	0,75	0,8	0,85	0,9	0,95	1,0
Производство инновационных изделий	17,0	16,3	15,7	15,0	14,3	13,7	13,0
Прикладные НИР и ОКР	25,0	23,8	22,7	21,5	20,3	19,2	18,0
Перспективные (фундаментальные) НИР	35,0	33,5	32,0	30,5	29,0	27,5	26,0

Представляется, что использование предлагаемого подхода к расчету ставки дисконтирования при анализе инновационных проектов повысит достоверность расчета таких важных критериев как срок окупаемости, чистая текущая стоимость доходов, ставка доходности проекта и, как следствие, – обоснованность принимаемых решений. Без этого нельзя рассчи-

тывать на активизацию инновационной деятельности.

Обоснованный расчет ставки дисконтирования будет способствовать привлечению рыночных инструментов финансирования работ на основе определения четких границ капитала по приемлемому для инвестора соотношению доходности и риска.

Литература

1. Аньшин В.М. Инвестиционный анализ. – М.: Издательство «Дело», 2000. – 280с.
2. Бронникова Т.С. Системный подход в формировании структуры инновационного потенциала предприятия // Вопросы региональной экономики. 2011. №4 (09).
3. Саркисян С.А., Ахундов В.М., Минаев Э.С. Большие технические системы. (Анализ, прогноз, развитие). – М.: Наука, 1977. – 238с.
4. Фиров Н.В., Гришко Я.П., Панков С.Е., Зубакин В.В. К вопросу выбора организации на выполнение НИОКР по критерию реализуемость // Двойные технологии. 2000. №3.
5. Фиров Н.В., Панков С.Е. Разработка изделий двойного назначения на конкурсной основе – один из путей снижения затрат на развитие ВВТ // Двойные технологии. 1998. №3.
6. Фиров Н.В. Активизация инновационных процессов в научно-технической сфере. Сборник научных трудов «Реформирование и перспективы инновационного развития оборонно-промышленного комплекса». Институт международных экономических и политических исследований РАН. 2003г. С 384-390.
7. Фиров А.Н. Альтернативные методы прогнозирования социально-экономических показателей // Вопросы региональной экономики, 2011. – №4 (№ 09). – С. 31–43.
8. Фиров А.Н. Методика оценки инновационных проектов, осуществляемых в государственных интересах. Сборник статей межвузовской конференции, 2011.

Высокотехнологичный комплекс России – платформа для инновационного прорыва

Т.В. Шутова, к.э.н., доцент кафедры управления,
Т.Е. Старцева – д.п.н., профессор,
ректор Королевского института управления, экономики
и социологии

Государственное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»,
г. Королев, Московская область

В условиях глобальной конкуренции развитие и благосостояние государства определяются уровнем его конкурентоспособности. В настоящее время в условиях «новой экономики» этот уровень напрямую зависит от результатов инновационной деятельности. России в целях достижения этого уровня необходим инновационный прорыв. Однако особенность данного прорыва заключается в том, что помимо развития науки и передовых технологий (инноваций), крайне важным является развитие высокотехнологичной промышленности, а также эффективной системы взаимодействия российского высокотехнологичного комплекса с государством, университетами и бизнесом.

Высокотехнологичный комплекс, национальная инновационная система, инновационное развитие России.

High-tech complex of Russia – a platform for innovation breakthrough

T.V. Shutova, associate professor of Management sub-faculty
Finance and technology academy

T.E. Startseva, PhD, Chancellor of KIMES,
State educational institution
of higher professional education of Moscow region,
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

In terms of global competition development and the welfare of the state determined by the level of its competitiveness. In present in the conditions of the «new economy» this level directly depends on the results of innovative activity. Russia in order to achieve this level requires an innovative breakthrough. However, the peculiarity of this breakthrough is in the fact that apart from the development of science and advanced technologies (innovations), it is extremely important to develop high-tech industry, as well as an effective system of interaction of the Russian high-tech complex with the state, universities and business.

High-tech complex, national innovation system, the innovative development of Russia.

Важнейшей характеристикой жизнеспособности экономики в современных условиях является состояние науки, передовых технологий, технологической базы, определяющих в конечном счете конкурентоспособность отечественной продукции.

В этой связи чрезвычайно высокую актуальность приобретает обсуждение темы о месте ВТК в развитии экономики нашей страны и его роли в инновационной деятельности по внедрению высоких технологий. Надо определить пути создания высокотехнологичной, многопрофильной отечественной экономики.

Следует отметить, что всю вторую половину XX века, Россия была одной из ведущих стран на мировом рынке наукоемкой продукции. И в первую очередь, она занимала первое место в сфере высоких технологий по таким позициям, как космос, авиация и тяжелое машиностроение.

Не секрет, что начиная с конца XX – начала XXI веков эти позиции Россией утеряны. В настоящее время российские предприятия можно сказать практически вытеснены из высокотехнологической ниши мировой экономики. В то же время, несмотря на существующие трудности в экономике России, лишь оборонно-промышленный комплекс, и, прежде всего, его сектор, ориентированный на экспорт, не только смог сохранить высокие технологии, но и имеет достаточный потенциал для сохранения устойчивых позиций на мировом рынке оружия в сфере производства вооружения и военной техники, таких как стрелковое оружие, системы противовоздушной обороны, стрелкового оружия и подводные лодки и боевые самолеты. Но, к сожалению, в целом Россией сделан значительный шаг назад на мировом рынке

наукоемкой продукции Россией. Сегодня Российской Федерации принадлежит только лишь 0,3% мирового рынка наукоемкой продукции.

И поэтому главным фактором, обуславливающим возможность инновационного прорыва России, является отечественный ВТК и оборонно-промышленный комплекс. Несмотря на глубокий экономический кризис, затронувший в значительной мере оборонную промышленность, российский высокотехнологичный комплекс сохранил свой высокий статус, а его кадровый состав все еще способен генерировать новейшие технологические идеи и создавать на их базе новейшие поколения техники (технологий). Можно утверждать: именно ВТК России способен стать локомотивом, который вытащит страну из экономического кризиса.

Структура отечественной высокотехнологичной промышленности представлена на рисунке 1 [2].

Особо следует отметить российское машиностроение в составе ВТК, которое сохраняет позиции, близкие к передовым, по четырем направлениям: ракетостроение, авиастроение, космическая техника, судостроение, где доля гражданской продукции в общем объеме производства ВТК составляет 45,7%, военной – 54,3% (рисунок 2).

В то же время объем продукции военного назначения, идущей на экспорт, превышает объем государственного оборонного заказа. Это обстоятельство внушает опасения относительно военной безопасности нашего государства. Важно помнить: обороноспособность страны – это ее суверенитет.



Рис. 1. Отраслевая структура ВТК



Рис. 2. Структура объемов производства ВТК

И задача заключается в том, чтобы и гособоронзаказ и экспорт вооружения и военной техники (ВВТ) не только создали значительный оборонный эффект, но и стали сильнейшим толчком для активизации инновационной деятельности, для развития гражданского высокотехнологичного производства и для повышения конкурентоспособности промышленности.

Находясь в условиях глобальной конкуренции, западные страны уже практически завершили создание национальных инновационных систем, в которых ведущую роль играют как военно-промышленные, так и гражданские корпорации. На Западе уже минимум 20 лет осуществляется двусторонний трансфер технологий: не только из оборонной промышленности в гражданский сектор,

но и в обратном направлении - все больше гражданских инноваций используется в военном производстве. *Если мы не хотим оказаться на периферии мировой экономики, то должны найти эффективные способы взаимодействия оборонно-промышленного комплекса, государства и бизнеса.* Без этого и в сырьевой, и в энергетической сферах можем оказаться в аутсайдерах.

В этом варианте должны измениться характер и источники экономического развития. В основе - отход от экспортно-сырьевого типа экономического роста. Переход к иному типу экономического развития возможен лишь на базе реализации конкурентных преимуществ в области высоких технологий, транспорта, энергетики, аграрного потенциала, модернизации и создания высокотехнологичных производств, результатом которых является продукция со значительной добавленной стоимостью, полученной за счет применения достижений науки, передовых технологий и техники. В этих условиях роль и место науки и технологий в социально-экономическом развитии страны должны принципиально измениться.

Для реализации сценария инновационного развития необходимо сконцентрировать ресурсы в так называемых «точках роста» экономики страны, на выявлении перспективных инновационных и инвестиционных проектов, а также ограниченном числе промышленных технологий, имеющих первостепенное значение, по которым Россия имеет реальные перспективы их достижения или уже занимает передовые позиции. Но необходимо увеличить стратегическое присутствие России на наукоемких рынках, получив значительные дополнительные ресурсы на решение задач государства в области национальной безопасности и социально-экономического развития страны.

Особенность перехода к инновационному типу развития состоит в том, что *России предстоит одновременно*

решать задачи и догоняющего, и опережающего развития. Однако, догнать уже развитые страны мира по эффективности, уровню благосостояния и качества жизни невозможно, не осуществляя прорывного опережающего развития нашей страны.

В решении указанных задач ведущая роль отводится ОПК, ускоренное развитие которого определено среди приоритетных направлений социально-экономической политики правительства России.

В настоящее время в высоко- и среднетехнологичных секторах наибольшими конкурентными преимуществами Россия обладает в сфере оборонных производств (авиационных, судостроительных, ракетно-космической промышленности и т.д.). Однако отставание гражданских высоко- и среднетехнологичных отраслей (электроники, гражданского авиастроения, автомобилестроения и др.) не только лишает российскую промышленность перспектив прорыва на мировых рынках и эффективного импортозамещения, но и создает в долгосрочной перспективе угрозу утраты имеющихся позиций в оборонных производствах.

Разговоры о том, что России жизненно важно перейти от статуса «сырьевой страны» в разряд стран с динамичной экономикой инноваций ведутся с 2000 года. Еще тогда, в 2000 году, один из крупнейших интеллектуальных центров России (и СССР) академический Институт прикладной математики им. Келдыша выдал прогноз: без перехода на инновационную траекторию страну в десятилетней перспективе ждет системная катастрофа. Тема перехода на высокотехнологичный путь развития стала основной в послании тогда еще Президента Владимира Путина на 2006-2007 годы.

Однако ведущие специалисты Института прикладной математики говорят, что официальный взгляд на инновации ориентирован на неолиберальную

западную концепцию 1980-х годов и на слепое следование зарубежным образцам. Каков был сложившийся стереотип в понимании значения инноваций? Инновации – это некие изобретения и нововведения, что нашли спрос на рынке. А государство должно выступать лишь в роли арбитра, который обеспечивает условия для появления инноваций и нужную инфраструктуру. Это означает, что российский ученый должен нечто разработать и затем уже прийти на рынок, где его разработкой непременно кто-нибудь заинтересуется и профинансирует ее внедрение и производство. Такой сценарий в современной реалии довольно спорный. Не единично мнение, что российские бизнесмены во вложениях в инновации не заинтересованы. Для них это всегда риск, кроме того, на получение дохода можно рассчитывать лишь в отдаленной перспективе.

Таким образом, *постановка государством конкретных задач перед научно-инженерным и изобретательским сообществами есть нормальный (и единственно возможный) путь инновационного прорыва*. Это – программно-целевой путь с ясно обозначенной целью движения, пятилетними планами развития и твердой постановкой задач для инноваторов. В итоге должна сформироваться русская Национальная инновационная система (НИС).

Национальная инновационная система – это набор организаций, которые участвуют в инновационном процессе: научные лаборатории, технопарки, инкубаторы, то есть те места и люди, которые делают науку и изобретения. Это различные по размеру фирмы (малые, средние, крупные), которые занимаются инновационной деятельностью уже с экономической точки зрения, так сказать коммерциализируют свою деятельность. Но эти элементы инновационной системы могут существовать совершенно отдельно. В одних государствах значительно развиты одни институты, в других эти же институты могут вообще

отсутствовать. Например, в странах с развитой инновационной системой может вообще отсутствовать развитая фундаментальная наука. И для таких стран это может стать большой проблемой. Примером этому служит Япония. И эта страна не может пока полноценно решить эту проблему, сколько ни старается. Оказалось, что фундаментальную науку не так просто создать даже в такой стране, как Япония, при всех ее высоких достижениях.

В РФ нет полноценной национальной инновационной системы, которая способна искать и учитывать выгодные проекты. Поэтому мы рискуем потерять годы – а потом и носителей уникальных инноваций. Нужно немедленно заниматься строительством настоящей национальной инновационной системы (НИС).

Стоит также особо подчеркнуть, что такая «нерыночная» модель инновационного развития совершенно не отменяет чисто рыночных механизмов, всех этих венчурных фирм, технопарков и бизнес-инкубаторов. Наоборот, она их дополняет и усиливает – научно-техническое творчество не загоняется только лишь в государственные рамки: параллельно идет работа по частным контрактам.

Однако сам факт постановки задач государством и финансирование им приоритетных задач создает сильнейшее ускорение для инновационного развития страны. Благодаря этому развитию задается направление, происходит быстрый отбор самых эффективных творческих команд, после чего следует пополнение правящей элиты технократами и исследователями, настроенных теснить тупиковую, чиновничье-сырьевую «аристократию».

В этой ситуации «инновационный поворот» в России требует волевого и умного решения высшего политического руководства страны, иначе имеющиеся возможности окажутся упущенными. И власть окажется потерянной – вместе

со страной. Времени на принятие решений остается все меньше. Опереться в них, кроме как на советский и американский опыт времен прошлой «холодной войны», не на что. Жизнь властно требует программно-целевого подхода и постановки государством ясных задач. Без формирования своей национальной инновационной системы, соответствующей русским реалиям, РФ долго не протянет.

Следует отметить, что в так называемой «новой экономике» акценты перемещаются с производства на инновации. Причем инновации здесь рассматриваются как наиболее прибыльная составляющая вложений. Россия, постоянно желая быть как Запад по всем значимым экономическим, политическим и социально-общественным показателям и моментам, заимствует этот постулат и рассматривает его не как локальный, имеющий значение только в развитом либеральном государстве, но как универсальный принцип, имеющий первостепенную важность и для России. И в настоящее время в общественном сознании создается представление, что реальное производство в настоящее время абсолютно не актуально и не нужно и что не промышленность определяет благополучие, состоятельность и развитие общества. Промышленность и производство уже не рассматриваются в числе приоритетных путей достижения государством успеха.

Однако, по мнению многих экспертов, без развитой высокотехнологичной промышленности инновации не могут превратиться в товар. Этим и можно объяснить, что концепция так называемой «новой экономики» в либеральных государствах возникает именно тогда, когда они уже создали, укрепили и распространили на весь мир сильные и жизнеспособные производственные транснациональные корпорации. США и государства Западной Европы весьма активно используют промышленное производство, но спе-

цифическим образом, они переносят производство за границы своей территории – в третьи страны. Это делается по различным причинам, как экономическим, так и экологическим и другим. А на своих территориях эти мировые державы считают предпочтительным развивать другие, более прибыльные и престижные организации, как правило инновационные. Но в тоже время вынесенные в третьи страны промышленные мощности непременно находятся в области жесточайшего контроля со стороны этих либеральных государств, который осуществляется с помощью системы ТНК.

Подобная перестановка приоритетов в России на практике выражается не в восстановлении и развитии промышленности, а в создании в отрыве от реального производства малых инновационных фирм, например, инновационно-технологических центров (ИТЦ), если рассматривать область высоких технологий. При том, что, как кажется, ИТЦ соответствуют современным требованиям рынка, эти структуры не следует рассматривать в качестве альтернативы крупной промышленности и некой основы при создании сценария высокотехнологичного развития государства.

ИТЦ в России по форме полностью соответствуют аналогичным иностранным структурам, но изначально они выполняли немного другие функции, а именно были средством сохранения человеческих ресурсов крупной высокотехнологичной промышленности в условиях неспособности государства реформировать последнюю.

Область деятельности ИТЦ, как показывает практика, за небольшим исключением, заканчивается на этапе разработки технологий и создания опытных образцов. Самое большое, что может быть, – это мелкосерийное производство. А это значит, что взятые в качестве законченных структур, ИТЦ

не в состоянии производить изделия в тираже. Всем известно, что если страна ограничивается задачами разработки и созданием опытных образцов, то ее деятельность на мировом рынке сведется к продаже идей и технологий. А это в свою очередь не создает постоянной, устойчивой и значительной прибыли, с одной стороны, а, с другой, приводит к «экспорту мысли», что по своим последствиям будет практически равнозначно «утечке мозгов». И при этом технологии этой страны будут осваиваться иностранной промышленностью, что явно не приведет к развитию национальных производства и промышленности.

Необходимо помнить, что превалирование инновационных фирм в экономике не приводит к насыщению потребительского рынка новыми товарами. А эти новые товары могут возвратиться в нашу страну как результат освоения наших же идей (т.е. продукции российских инновационных фирм) зарубежной промышленностью. Таким образом, *развивая инновационный потенциал национальной экономики и допуская вырождение производственного потенциала, мы можем стать своеобразным дешевым донором высоких технологий для мировой экономики, при этом, не превратив российскую экономику в высокотехнологичную.*

Многие специалисты отмечают, что при проведении технологической модернизации России отсутствует принцип системности, которые заключается в одинаковой важности существования инновационной и производственной составляющих. И это в первую очередь должно беспокоить руководителей различных научно-производственных и промышленных предприятий при оценке существующих проблемных вопросов в ходе осуществления российского сценария высокотехнологического развития.

В тоже время, важно отметить, что инновационная сфера не может су-

ществовать без государства. Именно государство формирует институты: правила, нормы, законы. И этим самым обеспечивает поддержку развития этой сферы. А в силу того, что и наука, и инновационный процесс – это зона высочайшего риска, роль участия государства в поддержке и регулировании важнейших элементов национальных инновационных систем выше, чем в других подсистемах экономики. Оно также больше и по количеству регулирующих ведомств, законов, и, главное, по финансовым ресурсам. И здесь одним из важнейших способов снижения рисков в областях, важных для всего общества, является все-таки непосредственное государственное участие и заполнение им того, что называется провалами рынка. Ведь сам рынок не может определить, когда, как и что изобретут в науке. И предприниматель не может сидеть и ждать, вот почему наука непременно должна быть зоной традиционно большого бюджетного внимания со стороны государства.

Примечательным является то, что развитые зарубежные страны на функционирование и развитие высокотехнологического производства направляют все силы государственных управленческих органов, которые активно участвуют в процессах глобализации и создают все возможные экономические условия для преобразования перспективных технологических инноваций непосредственно в производство (в том числе осуществляют регулирование потоков интеллектуального капитала, финансирование и использование иных регуляторов).

Экономическое превосходство высокотехнологического производства перед сырьевым настолько очевидно, что реформирование российской промышленности – вопрос уже перезревший и перешедший в разряд проблем национальной безопасности. Чем больше высокотехнологичной промышленной продукции, в том числе военного назначения, будет экспортироваться, тем меньше

будут оказывать влияние на российскую экономику неминуемые и периодически повторяющиеся на мировых рынках кризисные ситуации. Это издержки и закономерность процесса глобализации мирового экономического пространства.

Не надо объяснять, что экспорт высокотехнологичной продукции наиболее выгоден, тогда как торговля сырьем, ресурсоемкими и низкотехнологичными изделиями зависит от цен на мировом рынке, которые, в свою очередь, весьма подвержены резким колебаниям. Как следствие, доходная часть бюджета страны находится в режиме постоянной зависимости от поведения мировых цен на нефть и газ.

Поэтому диверсификация российского экспорта за счет повышения доли промышленной продукции, в том числе высокотехнологичной, является насущной необходимостью, задачей первоочередной государственной важности.

В свою очередь, следует понимать, что и технологическое перевооружение, и диверсификация, и разработка инновационной высокотехнологической продукции с последующим внедрением в производство требуют немалых средств. Одним вливанием бюджетных денег здесь не обойтись. Необходимо финансирование со стороны как частных, так и стратегических инвесторов, а по наиболее проблемным направлениям – привлечение собственных финансовых ресурсов. Некоторые эксперты считают, что эффективно решить такую задачу можно, только действуя в рамках государственной структуры, поскольку отдельно взятым предприятиям это не под силу.

Вице-премьер Правительства РФ Сергей Иванов убежден, что государство не должно отказываться от лидирующей роли в создании инновационной системы экономики.

«Диверсификация экономики напрямую зависит от эффективности использования самых передовых научно-технических достижений и активно-

сти государственной политики», – сказал С. Иванов, выступая на Петербургском экономическом форуме (2008 г.).

Что касается государства, то «на данном этапе мы не должны отказываться от главенствующей роли государства в создании инновационной системы, поскольку только оно способно обеспечить полностью сбалансированный процесс», считает С. Иванов.

По его словам, частные инвестиции в инновационную сферу являются, и будут пока являться мизерными. В этой связи государство создает крупные интегрированные структуры, такие как Объединенная авиастроительная корпорация, Объединенная судостроительная корпорация, «Роснано-тех» и ряд других, которые поддерживает государство. С другой стороны, государство, по словам вице-премьера, должно стимулировать бизнес-сообщество, чтобы оно было заинтересовано инвестировать средства в инновации. В частности, именно поэтому государство поддерживает развитие особых экономических зон, а также технопарков и бизнес-инкубаторов.

Говоря о малом бизнесе, С. Иванов отметил, что именно технопарки и бизнес-инкубаторы могут способствовать решению проблемы прихода бизнеса в сферу инноваций. На данный момент до 80 % малого бизнеса работает в сфере услуг и торговли.

Пока же, признал С. Иванов, наблюдается отсутствие инвестиционной активности бизнеса в высокотехнологичные производства.

Серьезные решения у нас были и есть. В частности, потрясающее открытие в области переработки попутных газов, а также разработки в области медицины и нанотехнологий. Однако все покупается и используется за рубежом, а у нас упорно не внедряется. То есть самое слабое место в цепи «НИР – НИОКР – производство – внедрение – эксплуатация – сервис – обучение» – это внедрение. Оказывает-

ся, легче купить где-то что-то готовое, чем вложить средства и сделать свое. И пока не будет заказа от военных и гражданских организаций, цепочка не раскрутится. Причем, так как наиболее гибкими по инновациям являются малые научно-производственные предприятия, можно использовать их тандем с крупными корпорациями. Если он состоится, тогда будет успех.

У России сегодня есть все возможности значительно увеличить поддержку высокотехнологичного производства, но нужно обоснованно доказать (конкретными проектами), во-первых, необходимость этой поддержки, а, во-вторых, готовность бизнеса и промышленности соизмеримо увеличить свой вклад в этот процесс.

В то же время надо помнить, что в обществе, основанном на знаниях, именно университеты становятся центрами, генерирующими технологии и новые формы предпринимательства, оставляя за собой, естественно, и научные исследования.

Профессор Стенфордского университета и Центра исследований в области предпринимательства Бизнес-школы Эдинбургского университета Генри Ицковиц — автор и активный пропагандист новой модели организации инновационного процесса, названной им «тройной спиралью». Модель основана на утверждении, что в современном обществе ядром инновационной деятельности оказывается университет. А это сегодня слабое место в инновационном развитии России. Университет вступает в тесное сотрудничество с бизнесом, во многом беря на себя функции его отделений R&D, и становится главным центром приложения государственных усилий по развитию инноваций. Классический университет превращается в предпринимательский. Конечно, он сохраняет всю академическую составляющую, но при этом делает упор на развитие в студентах предпринимательских начал.

Возможно, не всем поклонникам

классического образования покажется привлекательной перспектива превращения храма науки в бизнес-центр. Практика показывает, что далеко не все согласны заниматься инновациями. Многие ученые даже ведущих научных центров Запада утверждают, что их задача — наука и подготовка студентов. И никаких инноваций. Но важна тенденция, считает Ицковиц, которая уже становится все более очевидной. Ведь с момента своего рождения в Средние века университеты преобразовались из чисто образовательных в исследовательские, а сейчас добавляется новая миссия — стать локомотивом инноваций.

Речь идет о появлении особых, предпринимательских университетов. Обучение в таких предпринимательских университетах должно наряду с академической подготовкой стимулировать и предпринимательскую деятельность выпускников, чтобы они, покинув альма-матер, не побоялись брать на себя эти функции. Главный аргумент в пользу такого развития университетов заключается в том, что они для этого имеют все необходимое, больше даже, чем научно-исследовательские институты или научно-исследовательские отделы компаний. Потому что университет — это место, через которое течет человеческий капитал, тысячи студентов с новыми идеями, которые можно апробировать и довести до коммерциализации.

Университет — одна из составляющих «тройной спирали». Говоря об этой модели, нельзя забывать о двух других ее элементах. О промышленных предприятиях и государственных структурах и их взаимодействии с университетами.

Считалось, свободный рынок и конкуренция гарантируют инновациям «зеленую улицу». Долгое время здесь в паре действовали университет и бизнес (по Ицковицу — «двойная спираль»). Но дело шло довольно вяло. Настоящий прорыв произошел, когда к этому тандему подключилось государство. Так воз-

ника «тройная спираль».

Таким образом, тренд изменения характера образования налицо во всем мире, ведь инновационное развитие стало синонимом успешности государства. Модель «тройной спирали» объединяет инновационные усилия вузов, бизнеса и государства при центральной роли университетов и, по мнению профессора Ицковица, является самой рациональной формой инновационной системы, которая подходит и для рыночного, и для нерыночного общества.

При этом, нередко одни исследователи заинтересованы в том, чтобы самим принять участие во внедрении своих разработок на практике, выполнить предпринимательскую функцию, а другим хочется увидеть, как их разработка будет внедрена, но сами в этом участвовать они не хотят, предпочитают быть консультантами. И здесь нужно создать такую гибкую систему, которая допустит сосуществование двух подходов для трансфера идей и технологий. Потому что если от всех исследователей мы будем ожидать, что они сами начнут внедрять свои разработки на практике, то очень малый процент инноваций увидит свет. Намного больше инноваций удастся внедрить при гибридном подходе.

Рассуждая о том, могут ли российские университеты позиционироваться как университеты мирового класса, часть экспертов утверждает, что могут. Но для этого надо продолжать совершенствовать нормативно-правовую базу научно-образовательной деятельности и увеличивать бюджетное финансирование университетов. Если выделить три составляющих университета мирового уровня: это высокая концентрация талантливых людей, это высокая концентрация ресурсов, это эффективный менеджмент, то каждый может сам оценить, по каким критериям наши университеты соответствуют, по каким выглядим достаточно слабо, а по каким критериям надо еще очень серьезно работать.

Если говорить о том, готовы ли и могут ли быть высшие образовательные учреждения локомотивом регионального и национального развития и включены ли их программы развития в программы экономического и инновационного развития регионов, на сегодняшний день ответ известен: регионы пишут свои программы развития, а университеты пишут свои стратегии и программы. Эксперты говорят, что и регионам и высшим образовательным учреждениям надо определиться, каков может быть вклад последних в региональную экономику. И до тех пор, пока они не начнут вместе планировать свою деятельность в данном направлении положительных результатов ждать не придется.

Еще одной проблемой на пути развития экономики России как инновационной является то, что качество выпускников не всегда удовлетворяет работодателя. Это низкое качество обусловлено недостаточной мотивацией студентов к получению образования. Поэтому повышение мотивации - это достаточно большой вклад в улучшение образования. Основная задача университета конечно, это, прежде всего, готовить личность, и личность именно исследовательского плана. Необязательно будущего ученого, а человека, который ко всем явлениям, процессам современности подходит с позиции исследователя. Для этого человека нет и не будет проблемы, где приложить свои способности.

Вопрос о воспроизводстве кадров исследователей для национальной инновационной системы – это важнейший вопрос, потому что мы имеем провал в 10-15 лет. У нас сейчас по возрастным категориям число исследователей предпенсионного и пенсионного возраста. Но воспроизводство кадров невозможно без активной работы научных педагогических школ. Научная педагогическая школа это основа любого университета. И мы должны развивать научно-педагогическую школу.

На сегодняшний день многие

специалисты считают, что российские университеты могут достичь такого уровня, но для этого нужна соответствующая законодательная база, финансовые ресурсы и талантливый менеджмент. Однако, по их мнению, высшим образовательным учреждениям нужно больше самостоятельности, как управленческой, так и финансовой, однако предусмотрев все риски повышения этой самостоятельности. Низкая самостоятельность высших образовательных учреждений ведет к невозможности их кооперации, сегодня она институционально и управленчески затруднена, такой традиции в России практически нет. Одна из причин сложившейся ситуации кроется в том, что высшие образовательные учреждения под патронажем государства долго не имели собственных стратегий.

Следует констатировать, что зачастую производящиеся знания не употребляются, вузы не знают, чему учить. С наукой тоже существуют серьезные проблемы: советская наука производила не товары, а изделия, и она все еще ждет госзаказов, и в стране до сих пор не сформировались рынки

сбыта товаров. Мы до сих пор отдельно обсуждаем рынок образования, рынок труда и рынок инновационной продукции.

Таким образом, во-первых, в настоящее время инновационный прорыв и экономический прогресс могут быть основаны только на новых знаниях (фундаментальных и прикладных), новых технологиях и методах их ускоренного освоения в производстве.

Во-вторых, забота о получении новых знаний и разработке новых технологий должна стать общим делом государства и предприятий всех форм собственности; при этом государство должно взять на себя общую координацию НИОКР, финансирование фундаментальных исследований и рискованных, но сулящих большую выгоду разработок.

В-третьих, выход на международный рынок с высокотехнологичной продукцией является в перспективе гораздо более эффективным и престижным, чем все другие виды внешнеэкономической деятельности.

Литература

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (утв. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р)
2. Кузык Б.Н., Яковец Ю.В. Россия-2050: стратегия инновационного прорыва. – М.: Экономика, 2005. –624 с.
3. Шутова Т.В. Роль и место оборонно-промышленного комплекса в инновационном развитии России. – М.: Вестник университета. ГОУ ВПО Государственный университет управления, 2008, № 12. –с. 243-246.
4. Электронный ресурс. Режим доступа: www.nvo.ng.ru
5. Электронный ресурс. Режим доступа: www.inno.ru

Управление средствами коммерциализации предприятия, как фактор его инновационного развития

Т.С. Бронникова, к. э. н., с.н.с., профессор кафедры экономики,
А.В. Федотов д.э.н., профессор кафедры управления,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области,
«Королевский институт управления, экономики и социологии»,
г. Королев, Московская область.

В статье рассматривается структурный элемент рыночного потенциала предприятия – средства коммерциализации, обеспечивающие доведение товара до потребителя, его реализацию и создание новой стоимости. Излагается сущность логистического подхода к сбыту товаров, анализируются участники системы сбыта. Исследуются взаимоотношения между производителями промышленной продукции, посредниками и конечными потребителями. Анализируется система «быстрого реагирования» на запросы потребителей и даются рекомендации по её внедрению во взаимоотношения участников рынка промышленной продукции с целью сокращения коммерческих затрат. Рассматривается проблема готовности к обслуживанию в торговле.

Средства коммерциализации, маркетинг, логистика, цепочки поставок, комплексный подход, быстрое реагирование.

Management commercialization enterprises, as a factor in its innovation development

T.S. Bronnikova, candidate of economic sciences, Professor in the department economics,
A.V. Fedotov, d.SC. (Econ.), professor in the department of management,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

The abstract describes a structural element of the market potential of the enterprise-tools for commercialization to ensure bringing goods to the consumer, their implementation and creating new value. Sets out the essence of logistic approach to product marketing, discusses the marketing system. Examines the relationship between producers of industrial products, resellers and end users. Examines the system «rapid response» to requests from consumers. Provides guidelines for the introduction of a system of «rapid response» in the relationship of participants of the market of industrial products. Addresses the problem of preparedness for servicing of the trade.

Commercialization, marketing, logistics, supply chain, an integrated approach, rapid response.

Развитие современной экономики характеризуется обострением конкуренции между товаропроизводителями. В острой конкурентной борьбе выигрыва-

ют производители товаров, которые умеют создавать и эффективно использовать свой рыночный потенциал и прежде всего средства коммерциализации.

Рыночный потенциал предприятия – это совокупность потенциалов его локальных структурных элементов:

- **маркетинга**, осуществляющего связь внутренней деятельности предприятия с внешней средой, в частности с конечными потребителями с целью постоянного выявления их новых требований, предъявляемых к качеству производимых продуктов и услуг, маркетингового ценообразования, эффективных методов распространения (распределения) продукта, услуги и методов продвижения;

- **конкурентоспособности** продукта (услуги) и предприятия;

- **средств коммерциализации**, обеспечивающих доведение товара, услуги до потребителя, их реализацию и создание новой стоимости.

Итогом деятельности рыночного потенциала предприятия является реализация товара, услуги и поступление доходов от их реализации на счёт предприятия.

Основными составными частями локального элемента «средства коммерциализации» подсистемы рыночного потенциала предприятия являются:

1. Средства системы обеспечения сбыта товаров, включающие:

- каналы доведения продукции предприятия до потребителя;

- средства товародвижения (транспортная, погрузо-разгрузочная и складская инфраструктура);

- информационная система, обеспечивающая управление движением материальных потоков.

2. Система реализации товаров (собственно торговля):

- фирменная;
- оптовая;
- розничная;

- франчайзинг;
- электронная.

Система сбыта товаров является заключительным этапом маркетинга и ключевым звеном в деятельности предприятия по созданию, производству и доведению товара до потребителя. Именно здесь потребитель либо признаёт, либо не признаёт все усилия предприятия полезными и нужными для себя и, соответственно, покупает или не покупает его продукцию.

В сбытовую систему включаются усилия предприятия по созданию каналов доведения продукции предприятия до потребителя. Каналы сбыта по уровням делятся на:

- нулевые каналы, не имеющие посредников;

- одноуровневые каналы, включающие в себя одного посредника, обычно это розничные торговцы;

- двухуровневые каналы, включающие в себя розничных и оптовых торговцев;

- трехуровневые каналы, включающие посредников: оптового, мелкооптового и розничного торговца.

При использовании многоуровневых каналов предприятие получает следующие преимущества:

- расширение круга потенциальных потребителей продукции предприятия за счёт имеющейся клиентуры у посредника;

- экономия средств на создание своего канала сбыта и его функционирование.

Однако многоуровневые каналы имеют следующие недостатки:

- высокая вероятность зависимости предприятия от посредника;

- снижение или полная потеря непосредственной связи производителя с потребителями.

Перед каждым предприятием на основе разработанного им проекта системы сбыта стоит задача выбора и оценки затрат или на использование

имеющихся каналов сбыта, или замену его на другой канал, или создание собственного канала. Обычно руководители подразделений сбыта придерживаются мнения преимуществ действующих каналов сбыта относительно выбора новых каналов или создания собственного, которые могут привести к снижению объема сбыта и конкурентоспособности на рынке. В любом случае, при принятии решения о выборе каналов сбыта, необходимо прорабатывать варианты, оценивать затраты и эффективность каждого варианта. При этом необходимо иметь в виду, что инвестиции в каналы распространения продукции предприятия являются наиболее эффективными по сравнению с инвестициями в методы продвижения (рекламу, публич- рилейшнс и др.), так как обеспечивают их достаточно высокую рентабельность и быструю окупаемость.

В сбытовую обеспечивающую систему входят средства товародвижения, включающие транспортную, погрузо-разгрузочную и складскую инфраструктуру.

Товародвижение – это деятельность предприятия по организации планирования, управления и мониторинга за физическим перемещением товаров от производителя к потребителю с целью удовлетворения их нужд и потребностей и получения выгоды для себя. От уровня организации товародвижения зависят сроки поставки и реализации товара.

Затраты предприятия, связанные с изменением сроков поставки, могут быть ориентировочно рассчитаны. Но непредсказуемым может быть поведение потребителей относительно верности поставщику, так как конкуренция может быть настолько велика, что даже незначительное отставание от установленного срока поставки приводит к серьезным потерям в сбыте.

Часто необходимость высокой готовности к поставке определяется высшими общеэкономическими целями. Примером может служить рассматрива-

емая постоянная неограниченная готовность к поставке предприятий коммунального и энергетического хозяйства (электро- и теплостанции, водопроводы), транспорта, также определяемые государством товарные запасы нефтяных компаний или обязательные запасы, которые введены в некоторых странах для важнейших продуктов питания [1].

Значительного сокращения сроков поставки можно достичь, внедряя прогрессивные организационные мероприятия (передача заказов по телефону, факсу, через электронную почту и др.). Удовлетворение желания клиентов в ускорении получения товара можно удовлетворить с помощью разработки и внедрения программы быстрого сервиса, гарантирующей быструю поставку. Внедрение такой программы ведет к снижению уровня запасов в торговле за счёт ускорения оборачиваемости своих товарных запасов. Подобные мероприятия ведут лишь к небольшому росту производительности в сфере товародвижения.

В процессе функционирования обеспечивающих средств коммерциализации (инфраструктуры) осуществляются проверки дистрибуционной системы в целом по следующим вопросам:

- оптимизация срока поставки с учетом затрат и доходов предприятия;
- оптимальное количество точек поставки товаров, их величины и места расположения;
- оценка и выбор наиболее выгодных транспортных средств, оптимизация их использования;
- оценка и выбор наиболее выгодных складских помещений, оптимизация их использования;
- оценка и оптимизация запасов товаров;
- определение целесообразности привлечения сторонних организаций для выполнения задач распределения;

Система распределения предприятия характеризуется временем поставки и уровнем затрат. Одновременная оптимизация этих показателей невозможна.

Критерием оптимизации является минимизация затрат при заданном времени поставки. И срок поставки, и уровень затрат зависят от числа промежуточных складов и размеров зоны или района сбыта. С ростом числа складов сроки поставок сокращаются, а затраты сначала также снижаются, но в последствии начинают возрастать (рисунок 1).

Кривая общих затрат определяется исходя из двух противоположных направлений кривых на хранение и складских затрат и кривой транспортных затрат. Сначала, с ростом числа местных складов сокращаются транспортные расходы, а с другой стороны по мере их увеличения растут складские затраты и затраты на хранение. Оптимизационные задачи по оценке оптимального числа складов могут быть решены одновре-

менно с определением их мощности и местоположения. Так как практическое решение оптимизации числа складов требует значительных затрат времени для исследований, то чаще используют приблизительные оценки, которые дают определённые положительные результаты.

Быстрая поставка товара обеспечивается за счёт наличия достаточного товарного запаса, а он зависит от затрат на хранение товара, затрат на аренду помещения, на доработку товара (расфасовка, упаковка и т.п.) и амортизацию.

Оценка и оптимизация запасов товаров снижает уровень потерь из-за нарушения обязательств по поставкам, т.е. если сроки поставки сорваны или вообще не выполнены.

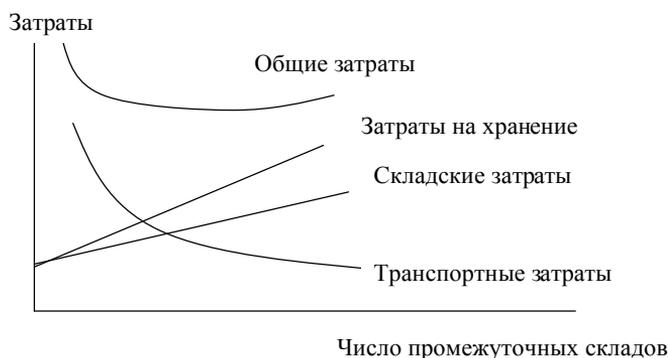


Рис. 1. Дистрибуционные затраты в зависимости от числа складов [2]

Оценка и выбор наиболее выгодных складских помещений, оптимизация их использования играет решающую роль при принятии решения о готовности заключения контрактов о поставке. При этом необходимо рассчитать, запланировать и обеспечить для большого количества наименований товаров потребности, сроки поставок, запасы и установить равновесие всех видов затрат. Это можно решить, используя специализированные программные продукты.

При выборе транспортных средств руководствуются уровнем затрат на доставку товара, связанных со скоростью

транспортирования и соответствием вида транспортного средства требованиям сохранности товара. То есть, рассмотрение транспортных затрат осуществляется с учётом альтернатив. Например, если использование вместо выгодного железнодорожного или морского транспорта, воздушного транспорта обеспечит резкое сокращение складских запасов и затрат на хранение, аренду складских помещений и др., то возможно принятие решения в пользу этого транспорта.

Итак, средства коммерциализации предприятия непосредственно участвуют в доведении конечного продукта до по-

требителя. На пути следования материального потока также возникает посредник, который содействует доведению данного продукта до потребителя. Следует отметить, что в настоящее время роль посредников возрастает, так как вследствие развития глобальных процессов и роста концентрации производства производитель все дальше «удаляется» от конечного потребителя. В этой связи растет влияние посредника на весь процесс товародвижения и взаимоотношения производителя и конечного потребителя все более зависят от отношений, складывающихся с посредником.

На большинстве отечественных промышленных предприятий имеет место традиционная система выполнения заказа на поставку и обслуживание произведенной продукции. Так предприятия заключают договора с оптовыми дилерами и дистрибьюторами на поставку своей продукции. Например, на рынке сельскохозяйственной техники дилеры за несколько месяцев до начала сельскохозяйственных работ собирают у потребителей заказы на поставку техники и запасных частей, затем заказы обрабатываются и уточняются и передаются промышленным предприятиям. Предприятия на основе полученных заказов планируют свою производственную программу, заключают договора со своими смежниками и приступают к выполнению заказов. На большинстве промышленных предприятиях других отраслей также действует аналогичная система организации выполнения заявки.

Для производителей предпочтительными являются заблаговременные заявки. Как правило, этот период составляет несколько месяцев до выполнения заказа, что облегчает работу предприятий и позволяет им выполнять свои договорные обязательства.

Основной недостаток данной системы – длительный цикл выполнения заявки. Подача долгосрочных заявок возлагается на потребителей и посредников. Однако потребитель в условиях экономи-

ческой неопределенности не склонен делать долгосрочные заявки, и старается отложить ее подачу на самый последний срок, когда он будет окончательно готов к оплате и приему необходимого ему товара. Посредник также не готов делать долгосрочные заявки, так как не ясны перспективы сбыта приобретенной продукции. Таким образом, возникают серьезные противоречия в интересах участников цепочки поставок промышленной продукции, разрешить которые достаточно сложно. Для решения имеющейся проблемы нами предлагается новый подход к управлению процесса выполнения заказа на поставку промышленной продукции, в основу которого положена концепция «быстрого реагирования» на запросы потребителей и налаженная система оперативного управления запасами, обеспечивающая оптимальную структуру поставок промышленной продукции. В предлагаемой системе важная роль отводится средствам коммерциализации предприятия, которые участвуя в доведении конечного продукта до потребителя, максимально сокращают период товарного обращения, обеспечивают своевременную доставку и в конечном итоге способствуют удовлетворению покупательского спроса.

Концепция «быстрого реагирования» (quick response, QR) представляет собой логистическую систему товародвижения, основанную на обмене оперативной информацией между участниками цепочки поставки. Система «быстрого реагирования» стала возможной, благодаря применению современных информационных технологий быстрого обмена данными между предприятиями, входящими в цепочку поставок [5].

Система «быстрого реагирования» на запросы потребителей представляет собой последовательность логистических операций значительно убыстряющей процесс товародвижения. При системе «быстрого реагирования» долгосрочные заявки заменяются краткосрочными, а в перспективе заявки, как форма взаимоотно-

ношений между производителями и посредниками, ликвидируются, и на их смену приходит система взаимодействий, при которых поставками управляют предприятия-поставщики, ориентируясь на текущий спрос потребителей.

В таблице 1 излагаются преимущества, которые получают участники цепочки поставок промышленной продукции, а именно: потребитель, посредник и производитель при внедрении системы «быстрого реагирования» на запросы потребителей.

Так потребитель от внедрения системы «быстрого реагирования», созданной посредником – поставщиком, получает следующие преимущества: снижение запасов и затрат, связанных с приобретением товаров, ускорение получения необходимых товаров, увеличение эффективности производства вследствие ускорения и улучшения поставки. Наряду с перечисленными преимуществами потребители получают дополнительные преимущества за передачу информации о спросе и качественных характеристиках полученных товаров в виде персональных скидок, лучших условий поставки, предоставления дополнительного сервисного обслуживания. Кроме этого обеспечиваются более тесные связи с посредниками, что усиливает конкурентные преимущества данного потребителя по сравнению с другими предприятиями-потребителями.

Потребитель от внедрения системы «быстрого реагирования», созданной на предприятии производителя по прямым поставкам (без посредника) получает дополнительно к вышеперечисленным преимуществам ещё важнейшие преимущества: снижение цен на товары за счёт ликвидации наценок посредника и более тесные связи с производителем.

Посредник от внедрения системы «быстрого реагирования» получает следующие преимущества: снижение мате-

риальных запасов и затрат связанных с их приобретением, ускорение получения товаров, увеличение объемов продаж за счет ускорения поставки. Наряду с этими преимуществами посредники получают дополнительные преимущества за передачу информации об объемах продаж и спросе на товар в виде персональных скидок, лучших условий поставки, предоставления дополнительного премирования со стороны поставщика. Обеспечиваются более тесные связи с производителями, усиливая конкурентные преимущества данного посреднического предприятия.

Производитель товаров от внедрения системы «быстрого реагирования» с использованием посредника получает следующие преимущества: увеличение частоты и количества заказов на производство и поставку необходимых товаров, а вследствие этого ускорение производственного цикла на предприятии, увеличение объемов производства и снижение расходов. Наряду с перечисленными преимуществами появляется возможность отслеживать количество продаж у посредника и оперативно использовать полученную информацию для планирования производства и поставки товаров дилерам и дистрибьюторам. Кроме этого обеспечиваются более тесные связи с посредниками и потребителями, что усиливает конкурентные преимущества данного производителя по сравнению с другими производителями аналогичных товаров.

Производитель от внедрения системы «быстрого реагирования» на предприятии по прямым поставкам (без посредника) получает ещё одно дополнительное к вышеперечисленным преимуществам – это установление более тесных связей с потребителями.

Табл. 1. Преимущества стратегии «Быстрого реагирования» для участников

Преимущества для производителя без использования посредника	Преимущества для производителя с использованием посредника	Преимущества для посредника	Преимущества для потребителя
Более тесные связи с потребителями. Недостаток: Увеличение затрат на внедрение и эксплуатацию системы «быстрого реагирования» на предприятии.	–	–	Снижение цен Снижение запасов Более тесные связи с производителем
–	Отсутствие затрат на создание системы быстрого реагирования на предприятии	Увеличение частоты и количества заказов.	Снижение запасов. Более тесные связи с Посредником.
Увеличение частоты и количества заказов	Увеличение частоты и количества заказов	Снижение запасов	Снижение запасов
Ускорение производственного цикла	Ускорение производственного цикла	Ускорение товарных потоков	Ускорение получения необходимых товаров
Увеличение объемов производства	Увеличение объемов производства	Увеличение объемов продаж	Повышение эффективности производства
Усиление конкурентных преимуществ	Усиление конкурентных преимуществ	Усиление конкурентных преимуществ	Усиление конкурентных преимуществ
Возможность оперативно использовать информацию для планирования производства и поставки конечному потребителю	Возможность отслеживать количество продаж у дилера и оперативно использовать полученную информацию для планирования производства и поставки	Возможность получения оперативной информации для управления товарными запасами	Возможность получения дополнительных преимуществ за передачу информации о спросе и качественных характеристиках полученных товаров

На рисунке 2 отображена последовательность этапов внедрение системы «быстрого реагирования» на предприятиях, участвующих в реализации данных новаций.

Так процесс внедрение системы «быстрого реагирования» на предприятиях, участвующих в цепочке поставок, предполагает проведение работ, разделенных на следующие этапы:

- 1) внедрение базовых технологий «быстрого реагирования»;
- 2) реорганизация внутренних процессов на предприятии;

3) управление цепочкой поставок на основе сотрудничества ее участников.

Первый этап внедрения системы «быстрого реагирования» включает в себя следующие работы:

- внедрение базовых технологий «быстрого реагирования»;
- использование сканеров для сбора данных по всем единицам складского учета;
- использование штрихкодирования;
- применение устройств электронного обмена данными.

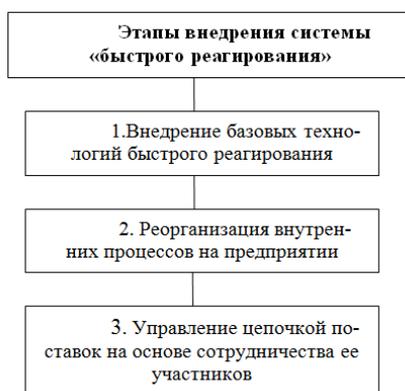


Рис. 2. Последовательность этапов внедрение системы «быстрого реагирования»

Второй этап внедрения системы «быстрого реагирования» включает в себя следующие работы:

- реорганизация внутренних процессов;
- применение электронных коммуникаций для пополнения заказов;
- наличие малых объемов запасов в системе;
- обработка заказов на малые партии товаров;
- программа автоматического пополнения заказов;
- поставка «точно в срок»;
- маркировка контейнеров при погрузке;
- уведомление о предстоящей доставке отгруженной готовой продукции.

Третий этап внедрения системы «быстрого реагирования» включает в себя следующие работы:

- управление цепочкой поставок на основе сотрудничества ее участников;
- совместное использование данных об объемах продаж в режиме реального времени;
- совместное использование данных о наличии объемов запасов в режиме реального времени;
- создание рабочей группы партнеров по цепочке поставок и решение всех проблем в рамках этой рабочей группы;

Внедрение системы «быстрого реагирования» на запросы потребителей обеспечивает:

• снижение сроков исполнения заказов;

• повышение степени выполнения заказа (до 90-95% при среднем показателе в 60-70%);

• повышение дисциплины труда, так как все операции становятся персонафицированными;

• сокращение обслуживающего персонала;

• упрощение операций;

• повышение точности формирования заказов;

• снижение количества неуплаченных заказов

Таким образом, внедрение системы «быстрого реагирования» ускоряет процесс выполнения заказов, делает его более эффективным и качественным, что обеспечивает участникам данной цепочки поставок определенные конкурентные преимущества.

Вместе с тем следует отметить существующие препятствия на пути внедрения стратегии «быстрого реагирования», которые выражаются в недостаточности унифицированных программ для участников цепочки поставок, неготовности менеджеров к организации данной работы, нежелании посредников оперативно давать информацию о текущих объемах продаж и товарных остатках и др.

Перечисленные факторы сдерживают развитие данной системы, что отрицательно сказывается на процессе обеспечения потребителей необходимой продукцией.

В системе реализации товаров (собственно торговле) ставится и решается проблема готовности к обслуживанию, включающая факторы: персонал, торговые площади и их месторасположения, оборудование и время работы. Вариация

этих факторов может обеспечить учёт предпочтений определенных слоев потенциальных потребителей и повышение объема реализации товаров.

Для повышения качества обслуживания потребителей в сфере собственно торговли могут быть проведены следующие мероприятия:

• усиление профессионализма персонала;

• реконструкция, строительство или аренда дополнительных торговых помещений;

• увеличение количества складов и их размеров;

• использование гибких графиков работы.

Индикатором качества месторасположения торгового предприятия является покупательная способность района, в котором оно находится. При оценке и выборе района учитывается наличие и развитость инфраструктуры (подъездных путей, парковок, средств связи), товарная номенклатура, ассортимент, наличие конкурентов.

Приведенные факторы выбора месторасположения торгового предприятия имеют большое значение для привлечения потребителей, обеспечения их качественного обслуживания для увеличения объема продаж. Они нуждаются во всестороннем исследовании и оценки торговых затрат, которые влияют на уровень цен для потребителей.

Подводя итоги нашего исследования, следует констатировать увеличивающую роль средств коммерциализации предприятия в процессе доведения продукта до конечного потребителя и снижения затрат. Происходящие изменения в сфере логистики и маркетинга носят глобальный характер и далеко идущие перспективы развития.

Литература

1. Бронникова Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика: Уч. пос.М.: КНОРУС, 2008.- 208 с.
2. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: Уч. пос. /Пер. с нем. М.: Высшая шко-

-
- ла, 1995.
3. Ковалев К.Ю., Уваров С.А., Щеглов П.Э. Логистика в розничной торговле: как построить эффективную сеть. – СПб.: Питер, 2007. – 272 с.
 4. Котлер Ф. Основы маркетинга; – М., Прогресс, 1990 - 736 с.
 5. Мартин Кристофер, Хелен Пэк Маркетинговая логистика. – М.: Издательский дом «Технологии», 2005 – 200 с.
 6. Фарбер Б. 12 стандартных методов управления продажами и причины, по которым они неизменно эффективны / Пер.с англ.- М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 272 с.
 7. Федотов А.В., Бусыгин Н.Г., Чупшев Д.С. Маркетинговая логистика в сфере технического обеспечения сельского хозяйства. – М.: «Достижение науки и техники АПК», 2008 – 144с.

Совершенствование господдержки отечественных корпораций

М.Я. Веселовский, д.э.н., профессор,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»
г. Королев, Московская область

В статье анализируется роль корпораций в современной экономике, рассматривается проблема их диверсификации, предлагается разработать государственную программу поддержки корпоративных лидеров в соответствующих отраслях.

Корпорация, диверсификация, программа, государственная поддержка.

Development of home corporations state support

M.J. Veselovskiy, Ph.D., professor,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

The article analyses the role of corporations in modern economics, their diversification problem is considered, to work out state program of corporation leaders support of economic structure is proposed.

Corporation, the diversification of the program, the state support.

Изучением проблемы господдержки корпораций как сложных социально-экономических явлений занимались многие отечественные исследователи. Отдельные аспекты указанной проблемы исследовали И.Р. Ашурбейли, А.В. Боговиз, В.Я. Вилисов, К.В. Попова, Ф. Русинов, С. Хейнман, С. Шаталин и другие.

Опыт развития ряда корпораций, особенностей отечественного корпоративного управления, становление интересов новых его организационных структур, а также сформировавшаяся и все более возрастающая обособленность гигантов корпоративного комплекса от других субъектов экономики свидетельствует о необходимости поддержки со стороны государства. К сожалению, вопросы государственной поддержки, в

силу ряда причин, являются наименее изученными.

Между тем, исследование проблемы государственного воздействия на развитие корпоративной деятельности в России в интересах обеспечения экономической безопасности показало, что в современных условиях политика государственного регулирования корпоративной деятельности имеет в нашей стране огромную значимость. Это связано с тем, что реформирование экономической системы в России привело к существенным изменениям корпоративного управления акционерными обществами с государственным участием. Сведения ими задач эффективного управления к трансформации форм собственности, недооценка регулирующих функций государства стали основой причиной кризи-

са в этой сфере. К числу существующих проблем в управлении акционерными обществами с доминирующей долей государства, требующих решения, относятся неэффективное использование объектов недвижимости, переданных в хозяйственное ведение государственными органами власти; отсутствие регламентации экономической ответственности руководителей акционерных обществ перед органами государственной власти; недостаточно результативное управление государственными пакетами акций; низкие доходы от дивидендов на государственные пакеты акций.

Вследствие наличия корпораций с доминирующей долей государства в условиях перехода к развитой рыночной экономике возникают новые задачи в сфере управления государственным имуществом. В целом, можно выделить три группы методов управления корпорациями: правовые; экономические (административно-организационные); социальные.

В дополнение к указанным регуляторам отдельную группу составляют следующие формы и методы государственной поддержки:

формальное воздействие государства на корпоративную деятельность (прямые и косвенные методы);

функциональная направленность государственного воздействия (организационно-структурные, финансово-налоговые, имущественные методы).

Указанные формы и методы сосредоточены на формировании и постоянном совершенствовании механизма изменения структуры собственности комплекса, разработке подходов к преобразованию организационной структуры корпоративного сектора экономики. Для нормального функционирования механизма необходима соответствующая правовая поддержка. Структура правовой среды и отечественного корпоративного законодательства в настоящее время не является эффективной. В частности, можно отметить, что фундаментальные

законы, такие как Конституция РФ и Гражданский Кодекс РФ, для обеспечения действия своих норм предполагают отсылки к законам, которые до сих пор не приняты, в результате эти нормы не работают.

В целях решения данной проблемы требуется провести комплексную инвентаризацию правовой среды деятельности корпораций, включающую действующее законодательство и нормативно-правовое обеспечение, для выявления областей с низкой заполненностью правового поля. При принятии новых законов старые законы, а также ведомственные нормативные акты должны подлежать отмене (или в них должны вноситься соответствующие изменения и дополнения).

С точки зрения экономической безопасности важным моментом является определение критериев выбора государством доли своего участия в диверсифицированных корпорациях, стратегии влияния государства на их деятельность, в котором государство имеет контрольный пакет акций.

В интервале между полным или частичным огосударствлением (в форме регулирования) роль государства определяется сравнительной эффективностью (соотношением общих издержек и выгод) этих альтернативных форм организации. К настоящему времени сформировалась совокупность факторов, обусловивших резкое снижение либо отсутствие социально-экономических преимуществ от деятельности государственных корпораций и уменьшение самих возможностей их целесообразного использования. Такими факторами являются:

- рост интернационализации, затруднивший успешное противостояние зарубежной конкуренции со стороны чисто национальных по капиталу, какковыми, по определению, являются государственные компании; обесценивание преимуществ государственных корпораций в силу отсутствия в последние не-

скольких десятилетий серьезных политических и социальных потрясений;

- повышение за счет интернационализации эффективности рыночного регулирования, потеря внутренней логики развития государственных корпораций, их громоздкость и диверсифицированность, трудности в управлении;

- снижение преимуществ государственных корпораций в части их регулирования по мере совершенствования режима регулирования частного сектора; наличие недостатка финансовых средств, необходимых для развития государственных корпораций;

- некорректность сравнения государственных и частных корпораций вследствие противоположности их целей, нацеленности на различные финансовые и технико-экономические результаты.

Можно предположить, что действие этих факторов будет проявляться значительно сильнее, когда начнут вводиться правила и регламенты, предусмотренные ВТО.

Таким образом, государственное управление диверсифицированными корпорациями должно обеспечивать приоритетность общественных задач, не принижая при этом коммерческих стимулов и способствовать эффективности на микроуровне, что, несомненно, будет способствовать гарантированному высокому уровню экономической безопасности государства.

Исследования показали, что действительно, на современном этапе требованиям устойчивого развития промышленного производства в России в максимальной степени соответствует такая форма организации производства как крупная корпорация с высоко диверсифицированным производством. По мере развития крупных диверсифицированных корпораций их роль в модернизации страны будет возрастать, поскольку именно здесь концентрируются наиболее качественные ресурсы общенационального развития: профессиональные кадры, управленческие компетенции, передовые

технологии и финансовые ресурсы.

Такие корпорации в большинстве развитых стран сформировались естественным путем. К настоящему времени многоотраслевые корпорации как наиболее эффективная форма организации хозяйственной деятельности являются ведущим элементом национальных экономик и мировой экономики в целом.

Диверсифицированные корпорации должны быть нацелены на сохранение экономического потенциала страны, на получение максимального экономического эффекта от использования потенциала гигантов в различных отраслях экономики.

Преимущества корпорации как системы ведения бизнеса состоят, прежде всего, в возможности объединения финансовых, интеллектуальных, материальных и других ресурсов. Объединение в единой структуре всех отраслей и производств, начиная от добычи исходного сырья вплоть до производства и реализации готовой продукции (вертикальная интеграция) предоставляет возможность проводить в рамках корпорации единую научно-техническую, торговую и другую политику. Ввиду того, что возможности вертикальной интеграции как охвата всех смежных и технологически взаимосвязанных производств являются ограниченными, крупные корпорации, которые вышли на пределы роста в рамках своей специализации, были вынуждены диверсифицироваться путем проникновения в прочие сферы, как при помощи организации собственных производств, так и посредством приобретения акций уже существующих компаний.

Диверсификация производства повышает степень устойчивости корпорации в целом, ослабляет ее зависимость от рыночной стихии, придает ей как организационно-производственной системе необходимую гибкость. Разумная диверсификация и ресурсные возможности для планомерной модернизации производственного аппарата и, при необходимости, перепрофилирования производства в

отдельных звеньях корпорации повышают ее конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынках.

О роли крупных корпораций в мировой экономике и экономике отдельных стран можно судить по следующим данным. Так, в США количество корпораций составляет менее 20% от общей численности всех хозяйствующих субъектов. В стране насчитывается немногим более 8 тыс. открытых корпораций, акции которых котируются на основных биржах. При этом на их долю приходится более 90% валовой прибыли, произведенной в стране, и они владеют 70% всех промышленных активов. Объем продаж 200 ведущих корпораций мира в 18 раз превышает совокупный доход 1,2 млрд. чел., они производят 27,5% мирового ВВП, в то же время на долю этих корпораций приходится всего 0,78% всех трудовых ресурсов мира.

Очевидно, что формирование крупных корпораций, которые могли бы стать лидерами в экономике и содействовали занятию Россией достойного места среди других стран мира, эволюционным путем потребует слишком много времени, которым страна не располагает. Поэтому на уровне Правительства Российской Федерации необходимо создать Государственную программу поддержки корпоративных лидеров экономики.

Эта программа обязана быть четко проработанной, реально выполнимой и не снижать результативности инвестиционной деятельности корпоративного образования. Функциональная часть программы должна включать разработку стратегической корпоративной политики государства, подготовку ком-

плекса организационных процедур, направленных на обеспечение реализации конкретных целей государства по улучшению состояния корпоративной среды в целом, что возможно путем реализации нижеследующих мероприятий:

- разработка и реализация четко выраженной стратегии управления, направленной на рост капитализации корпоративного образования;

- формирование эффективной организационной структуры, построенной на основе принципов стратегического корпоративного управления;

- проведение полноценного и регулярного контроля внутрикорпоративного менеджмента с целью обеспечения организационной и финансовой прозрачности деятельности всех структурных подразделений корпоративного образования;

- обеспечение баланса внутрикорпоративной правовой и нормативной документации;

- выработка четкой дивидендной политики в рамках общей стратегии предприятия (гарантия стабильных выплат дивидендов, обеспечение привлекательности акций для миноритарных акционеров, препятствование возможности беспорядочной, спекулятивной продажи акций);

- формирование корпоративной культуры.

Реализация указанных мер, на наш взгляд, будет способствовать повышению эффективности деятельности корпоративных образований, активизации процессов диверсификации и формированию их в качестве мощных катализаторов отечественной экономики.

Литература

1. Ашурбейли И.Р. Производственные корпорации: Проблемы формирования и управления / Ашурбейли И.Р., Горелик А.Л., Горелик В.А. – М.: Патент, 2006.
2. Боговиз А.В. Лобова С.В., Понькина Е.В. Проблемы математического моделирования экономических кластеров как системы взаимосвязанных целей участников. Вестник Новосибирского государственного университета. 2011. Том 11, выпуск 4, стр.125-131.
3. Вилисов В.Я. Управленческая среда инновационной системы предприятия. Материа-

-
- лы симпозиума «Стратегическое планирование и развитие предприятий». – М. ЦЭМИ РАН, 2011.
4. Кони́на Н. Особенности функционирования транснациональных корпораций // Маркетинг. – 2008. – № 4. – С.15-24.
 5. Кочетков Г.Б., Сулян В.Б. Корпорация: американская модель, СПб.: «Питер», 2005.
 6. Попова К.В. Особенности безопасного развития корпораций в глобализирующемся мире // Вестн. Моск. ун-та. Сер.18. Социология и политология. – 2007. – № 1. – С.36-50.
 7. Яковлев А. Российская корпорация / Андрей Яковлев, Юрий Данилов // Экономика и жизнь. – 2007. – Апрель (№ 15). – С.36-37.

Факторы развития инновационной инфраструктуры

Д.А. Городовиков, аспирант,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области,
«Королевский институт управления, экономики и социологии»,
г. Королев, Московская область.

Тема инноваций главным образом рассматривается в экономическом контексте: преобладает проблематика, ориентированная на непосредственное практическое использование инноваций. Обсуждаются на профессиональном уровне важные и нужные конкретные проблемы организации инновационной деятельности.

Инновационная инфраструктура; конкурентоспособность; инновации; инновационная продукция.

The theoretical aspects of the innovation infrastructure

D.A. Gorodovikov, post-graduate student,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

The subject of innovations is closely connected in economic context. There is a problem, oriented towards on directly practical of innovations. The important and essential problems of the organization innovation activity are discussed.

Innovation activity; stimulate; creation; innovation infrastructure.

Инновационный процесс связан со всей экономикой страны и связь эта весьма диалектична: активизация инновационной деятельности приобретает ключевое значение для подъема экономики, для устойчивого экономического роста, и в то же время инновационный процесс невозможен без экономической, социальной, правовой поддержки. Более того, при наличии необходимого научно-технического потенциала социально-экономические факторы в качестве «социально-экономической инфраструктуры» инновационной системы приобретают решающее значение в развертывании инновационной деятельности. Для России об инфраструктуре во многом

приходится говорить в будущем времени, поскольку стоит вопрос о ее формировании.

Развитие национальной инновационной системы определено как важнейшая задача, неотъемлемая часть экономической политики государства. Мировая практика имеет богатый опыт создания инновационной инфраструктуры и отдельных ее элементов. Формы и методы государственного участия в этом процессе в разных странах имеют свои особенности. Однако можно выделить общие подходы, которые заключаются в следующем:

- главным «инициатором» создания инновационной инфраструктуры вы-

стует государство. Именно оно создает правовые, организационные и экономические условия и механизмы, которые мотивируют участников процесса заниматься инновационным бизнесом, извлекая из него законно полученную прибыль;

- используется системный подход, позволяющий полученным с помощью государства знаниям преодолевать практически без разрывов весь сложный путь: от научных исследований и разработок до реализации инноваций, включающих в себя эти знания, на рынке наукоемких товаров и услуг, на рынке интеллектуальной собственности.

Инновационная инфраструктура должна включать производственно-технологическую, финансовую, кадровую и информационную составляющие. Меры государственной поддержки по созданию и комплексному развитию инновационной системы должны, скоординировано осуществляться на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Инновационная система включена в социально-экономическую систему общества, является ее подсистемой. От этой большой системы исходят импульсы в виде востребованности инновационного продукта. Именно социально-экономическая инфраструктура инновационной системы позволяет реализовать открывающиеся технологические возможности и тем самым придает жизненность инновационному процессу. Ее формирование есть одно из выражений появившейся у общества потребности в инновациях. В условиях рыночной экономики общественная востребованность инноваций проявляется как обычный платежеспособный спрос на них.

Спрос на инновации проявляет себя на технологическом рынке. Современный технологический рынок представляет собой весьма сложную экономическую структуру, которая действует не только в национальных рамках, но и

выходит на глобальный уровень. Предметом купли-продажи являются здесь не только товары в явном виде, но и патенты на различные технологические новшества, лицензии и т.д. Но, сколь бы сложным ни становился технологический рынок, он остается чутким индикатором спроса на инновационную продукцию, и ее предложения, сигнализируя о его динамике, обеспечивая обратную связь между производителем и потребителем.

Во многих странах имеются специальные законодательные нормы, регулирующие деятельность объектов инновационной инфраструктуры.

Вопрос создания инновационной инфраструктуры был поднят еще в 2003 году на коллегии, проводимой при Министерстве промышленности, науки и технологий, когда было определено, что ее создание является ключевым звеном в переводе знаний в материальное богатство страны.

К настоящему времени инфраструктура инновационной системы России, представленная бизнес-инкубаторами, технопарками, инновационно-технологическими центрами, центрами трансфера технологий, уже в основном сформирована.

Становление системы ЦТТ, как и других видов инфраструктуры, происходит при непосредственном организационном участии Минобрнауки России, в том числе в рамках реализации ФЦНТП «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития науки и техники» на 2002-2006 годы.

В настоящий момент в 24 регионах страны создано около 50 инновационно-технологических центров, в которых на площади примерно 500 тыс.м² разместилось чуть более 1000 малых высокотехнологичных предприятий.

Формирование национальной инновационной системы определено как важнейшая задача, неотъемлемая часть экономической политики государства.

В процессе ее создания и разви-

тия необходимо решить две основные задачи:

- формирование благоприятной нормативно-правовой базы инновационной деятельности при вовлечении результатов научных исследований в Экономический оборот, прежде всего в вопросах охраны, распоряжений и использования, прав на интеллектуальную собственность;
- построение развитой инфраструктуры поддержки инновационной деятельности и быстрой передачи полученных результатов научных исследований, обладающих коммерческим потенциалом, в предпринимательский сектор для производства и вывода на рынок новых наукоемких товаров и услуг.

Решение этих задач обеспечивает создание условий для эффективного государственно-частного партнерства, направленного на создание инновационного сектора экономики в интересах государства, бизнеса и гражданского общества.

К настоящему времени в мире действуют более 3-х тысяч технопарков и инновационно-технологических центров.

Экономически развитые страны органично встроили инновационную инфраструктуру в свои национальные инновационные системы. В результате сформировалась система государственно-частного инновационного партнерства, при котором государственная власть и бизнес выступают как равноправные партнеры, взаимно дополняя друг друга. Государство поддерживает научно-технический сектор и систему образования, являющиеся источниками инноваций, создает инновационную инфраструктуру и нормативно-правовую базу для стимулирования инновационного предпринимательства, а бизнес берет на себя весь коммерческий риск работы на рынке инновационной продукции.

Выделяя общие вопросы принципиального характера, имеющие пре-

имущественно методологическое значение можно сказать, что к их числу относятся стимулирование и мотивация инновационного цикла, источники его финансирования, его правовое регулирование, решение многообразных задач, связанных с международными отношениями в сфере научно-технологической и инновационной деятельности. Но исходной здесь является проблема востребованности инноваций производством, обществом, государством.

Востребованность инноваций в России остается на низком уровне. Спрос на них невелик. К чему это приводит? Известно, что отсутствие или недостаток спроса в условиях рыночной экономики является одной из главных причин спада производства. Слабое развитие инновационной деятельности также обычно связывают с действием этого фактора, в данном случае свидетельствующего, что рыночные механизмы у нас пока не заработали в полной мере. Эффект развитой рыночной экономики в том, что она позволяет незамедлительно ассимилировать интеллектуальные достижения, если они приносят прибыль. Но если ее механизмы не работают, тогда происходит то, что мы наблюдаем в России: сворачивается научно-техническая сфера, стареет производственное оборудование, все более снижается сама возможность производства конкурентоспособной продукции.

Вместе с тем в стране имеются инновационно-активные предприятия. Данные опроса показывают, что их руководство в числе причин, препятствующих развитию инновационной деятельности, называет не низкий спрос сам по себе, а совсем другие факторы. Главными они считают недостаток средств у предприятий и у государства, низкий экономический потенциал инновационных проектов, высокую стоимость нововведений, иногда упоминают низкий инновационный потенциал предприятия.

Невосприимчивость предприятий к нововведениям и низкий спрос со

стороны потребителей на инновационную продукцию, а также недостаточность правового обеспечения инновационного процесса подавляющим большинством отнесены к незначительным или несущественным причинам.

Итак, для решения проблемы со-

здания конкурентоспособной национальной экономики необходимы стратегически обоснованные и последовательно проводимые меры, ориентированные на формирование целостной инновационной системы России.

Литература

1. Стрижкова, Л. Инновационная составляющая промышленной политики // Л. Стрижкова // *Экономист*. – 2004. – № 11. – С. 14–29. 184 ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ПРАКТИКИ.
2. Иванова, Н. Функциональный анализ российской инновационной системы: роли и ответственности основных элементов / Н. Иванова, Й. Розебум // *Материалы проекта ТАСИС «Наука и коммерциализация технологий в Российской Федерации»*. – Режим доступа : <http://www.neweurasia.ru>. – Загл. с экрана.
3. Модернизация и конкурентоспособность Российской экономики: монография / под ред. И.Р. Курнышевой, И.А. Погосова; науч. ред. С.Н. Сильвестров. – Спб. : Алетей, 2010. – 366 с

Особенности и факторы развития внешнеторговой деятельности российских предприятий

А.К. Городовикова, аспирант,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области,
«Королевский институт управления, экономики и социологии»,
г. Королев, Московская область.

Внешекономическая деятельность является одним из важнейших факторов развития хозяйственно-экономической деятельности российских предприятий и интеграции России в мировое экономическое сообщество. В настоящее время в промышленно развитых странах нет таких отраслей, которые не были бы вовлечены в сферу внешнеэкономической деятельности.

Внешнеторговая деятельность; внешнеэкономическая деятельность; эффективность производства; инновационная деятельность.

The peculiarities and factors of the development of Russia

A.K. Gorodovikova, post-graduate student,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

Foreign activity is one of the most important factors of the developing of the householding activity of Russian enterprises and integration of Russia international world community. There are no such trades in developed industrialized countries now not to be involved into the business field of foreign-economic activity.

Foreign affairs; foreign trade; the efficiency of production; innovation.

Внешекономическая деятельность, как часть общей структуры народного хозяйства, улучшает внутрихозяйственные пропорции, структуру и развитие производственных сил. В мире нет ни одной страны, которой бы удалось создать здоровую экономику, изолировав себя от мировой экономической системы [1].

Для российских предприятий внешнеэкономическая деятельность – достаточно новая сфера, так как развитие международных связей российских предприятий началось только с начала 90-х годов 20 века.

Выход на внешний рынок требует от предприятий самостоятельного решения широкого круга вопросов, связанных с экспортно-импортной деятельностью. К основным вопросам здесь следует отнести изучение мирового рынка в целом, поиск и выбор партнеров и контрагентов, исследование факторов эффективности деятельности фирм на внешнем рынке, современных форм, методов и приемов движения товаров и услуг на мировых рынках товаров и услуг, ссудного капитала и иностранных инвестиций.

По моему мнению и видению, Российская Федерация повернула на путь либерализации внешней торговли, открыв возможность предприятиям, организациям и другим хозяйствующим субъектам участвовать в ней.

Именно это и происходит во внешнеэкономических отношениях на современном этапе, а именно:

- расширение прав отраслевых министерств и ведомств предприятий, объединений, организаций по выходу на внешний рынок;
- расширение числа участников внешнеэкономической деятельности;
- формирование стабильной нормативной базы внешнеэкономической деятельности.

Российские предприятия и фирмы в настоящее время имеют возможность самостоятельно осуществлять внешнеэкономические операции и несут ответственность за организацию и управление своей внешнеэкономической деятельностью.

Развивая внешнеэкономическую деятельность, российские предприятия получают новые возможности, а именно они приобрели возможность свободно принимать решения на уровне производственных задач и использовать преимущества международной кооперации производства. Если озвучивать те самые производственные задачи в порядке значимости, то они на мой взгляд выглядят следующим образом:

- свобода выбора направлений и возможностей повышения технологического уровня производства и конкурентоспособности продукции, укрепления экспортного потенциала;
- свободный выбор производственных ресурсов с опорой на возможности мирового рынка;
- свобода выбора путей и форм реализации произведенной продукции с оптимальной прибылью;
- свобода назначения производственного партнера по кооперации, наибо-

лее выгодного для экономических интересов предприятия;

- создание основы для экономической стабильности отдельных звеньев предприятия.

Все хозяйствующие субъекты, производящие конкурентоспособную продукцию, имеют право самостоятельно осуществлять экспортно-импортные операции. Однако организации малого и среднего бизнеса чаще пользуются услугами внешнеторговых фирм-посредников в силу того, что это сокращает их расходы и ускоряет процесс внедрения на мировой рынок. Крупные предприятия, не имеющие устойчивого и надежного внешнеторгового аппарата, также могут пользоваться услугами внешнеторговых организаций.

Внешнеторговые фирмы-посредники оказывают ряд организационных услуг, например, таких как:

- кредитование покупателей
- согласование разработанных контрактов и документов с зарубежными партнерами, банками, брокерами, посредниками, экспедиторами и иными заинтересованными лицами
- посредничество в платежных операциях
- представление интересов в судебных инстанциях, в таможенных, налоговых и других государственных органах.

Помимо перечисленных мною услуг, внешнеторговые организации производят предпродажную доработку товаров, что повышает их конкурентоспособность на том рынке, куда намерено выйти предприятие. В последнее время большая часть мирового товарооборота осуществляется через фирмы-посредники, что помогает повысить эффективность внешнеторговых операций.

Главное отличие внешнеэкономической деятельности от внутрихозяйственной заключается в том, что она осуществляется на валютной основе, что приносит в нее дополнительные риски, связанные с развитием и стабильностью

национальной экономики, системой мировых цен, различиями в юридических, бухгалтерских и налоговых аспектах. [2].

Основными формами ВЭД предприятий в России является внешнеторговая деятельность и международная кооперация производства.

Внешнеторговая деятельность представляет собой обмен товарами и услугами, связанными с осуществлением товарооборота. В основе внешнеторговой деятельности лежат внешнеторговые операции. Внешнеторговая операция – это комплекс действий контрагентов, то есть иностранных партнеров во внешнеторговой операции, направленных на совершение товарного обмена и обеспечение его. В полный комплекс, характеризующий внешнеторговую операцию, могут входить: изучение рынка конкретного товара, его реклама, создание сбытовой сети, проработка коммерческих предложений, проведение переговоров, заключение и исполнение контрактов [10].

Среди прочих форм ВЭД российских предприятий наиболее значительная роль принадлежит экспорту. Россия экспортирует в основном углеводородное сырьё (нефть, газ, уголь), нефтепродукты, металлургическую продукцию, машины и оборудование, вооружения, минеральные удобрения, пшеницу. Крупнейшая тройка товаров экспорта за январь-ноябрь 2010 года: сырая нефть – 33 % (общей стоимости экспорта), нефтепродукты – 17,7 %, природный газ – 10,9 %; за январь-ноябрь 2011 года: сырая нефть – 34,7 % (общей стоимости экспорта), природный газ – 12,4 %. Таким образом, доля экспорта топливно-энергетических товаров в России продолжает расти.

В 2011 году из России было экспортировано машин и оборудования на \$23,2 млрд.[8] С 1999 по 2011 год суммарный экспорт машин и оборудования из России увеличился в 2,3 раза, их экс-

порт в страны за пределами СНГ – 2,0 раза, в страны СНГ – в 3,2 раза.

В 2011г. внешнеторговый оборот России составил, по данным Банка России, 845,2 млрд.долларов США (130,2% к 2010г.), в том числе экспорт – 522,0 млрд.долларов (130,4%), импорт – 323,2 млрд.долларов (129,9%). Сальдо торгового баланса оставалось положительным, 198,8 млрд.долларов США (в 2010г. – 151,7 млрд.долларов) [8].

Выходя на внешний рынок, руководство предприятия должно понимать, что на современном этапе развития мирового хозяйства обычная торговля уступила место более сложным отношениям между продавцами и покупателями.

Международная кооперация производства – это скоординированная или совместная, обычно долгосрочная производственно-экономическая, и, как правило, научно-техническая деятельность партнеров из разных стран, основанная на разделении производственно-сбытовых программ, равноправном и взаимовыгодном сотрудничестве[4].

Я считаю, что в современном обществе международная кооперация производства давно уже заняла ведущее место среди иных форм внешнеэкономических отношений, в силу присущих ей объективных преимуществ.

Однако зачастую российским предприятиям приходится строить свою деятельность лишь через подрядную кооперацию, в силу того, что продвижению к наиболее развитым, комплексным формам международной кооперации производства у российских предприятий мешает ряд факторов. Наиболее важными факторами можно назвать отсутствие у многих предприятий опыта в кооперационном сотрудничестве, недостаточно развитый научно-технический и производственно-технологический потенциал, существенно уступающий ведущим компаниям развитых стран и отсутствие средств на перестройку производства.

Российская предпринимательская деятельность представлена в основном в рамках малых предприятий. Однако, в научной работе «Маркетинг и интрапренерство в системе предпринимательства» говорится, что малое предпринимательство, малые фирмы являются основой динамичного экономического развития в силу своих очевидных преимуществ:

- организационно-технологической мобильности;
- высокого темпа внедрения инноваций;
- активной конкурентной политики;
- отсутствия жесткой бюрократической структуры и громоздкого управленческого аппарата;
- создания новых рабочих мест;
- быстрой реакции на потребности рынка;
- возможности государства получать доход от их налогообложения [5].

До кризиса 2008 года в России количество малых и средних предприятий и их вклад продукции в совокупный объем ВВП постепенно росли [3], однако, начиная с 2009 года по 2010 год количество малых предприятий сократилось с 227,8 тысяч предприятий до 219,7 тысяч, что говорит о некотором торможении в темпах развития России в данный период времени. Соответственно, для того, чтобы ситуация не ухудшалась, необходима либерализация в области малых предприятий: новые законы, новые налоговые ставки, льготы – облегчения появления, существования и функционирования малых предприятий на период восстановления предпринимательства после кризиса. [9]

Внешнеэкономическая деятельность, безусловно, является наиболее сложным и многогранным направлением, в котором приходится работать субъектам бизнеса. Проблемы при ведении ВЭД обуславливаются целым комплексом факторов, в том числе большую роль играют сложности в организации международных грузоперевозок, сложности

экономического характера, возникающие при работе на международном рынке, и многие другие вопросы. Однако больше всего вопросов и проблем порождают именно правовые аспекты ВЭД. [6]

Федеральный закон Российской Федерации «О предприятиях и предпринимательской деятельности» от 06 марта 2002 года разрешает предприятиям самостоятельно осуществлять внешнеэкономическую деятельность [7]. Указом Президента Российской Федерации «О либерализации внешнеэкономической деятельности» всем зарегистрированным на территории Российской Федерации предприятиям и их объединениям независимо от форм собственности разрешено осуществление внешнеэкономической деятельности без специальной регистрации [11]. Однако сложность внешнеэкономической деятельности отечественных юридических и физических лиц – частных предпринимателей связана с целым комплексом факторов. Прежде всего, необходимо отметить, что участники ВЭД вынуждены сталкиваться в своей деятельности с отечественным законодательством, которое, как известно, является достаточно противоречивым и несовершенным. Кроме этого, участнику ВЭД приходится учитывать ключевые аспекты таможенного и хозяйственного законодательства страны своего контрагента, а также – основные аспекты международного таможенного права. К сожалению, российские бизнесмены далеко не всегда оказываются достаточно компетентными в этих вопросах. В результате этого, при осуществлении внешнеэкономической деятельности могут быть нарушены положения тех или иных нормативных актов в сфере налогового, таможенного права и т.д. Причем, зачастую в этих нарушениях отсутствует злой умысел, а их причиной является элементарное незнание законов. Приводить же это может к весьма существенным убыткам для участников ВЭД. Большие сложности в правовом поле могут возникнуть также

при возникновении конфликтных ситуаций с иностранными поставщиками или покупателями.

При ведении внешнеэкономической деятельности ее субъект может столкнуться с комплексом рисков правового и юридического характера на каждом из этапов осуществления ВЭД. Как правило, начинаются проблемы уже при выборе партнера и составлении внешнеэкономического контракта. На этом этапе необходимо полностью исключить возможности мошенничества со стороны контрагента, выявить возможные пункты контракта, ущемляющие интересы участника ВЭД. Кроме этого, контракт должен однозначно трактоваться обеими сторонами. Все его пункты должны полностью соответствовать нормам законодательства РФ и страны контрагента, а также – нормам международного права. Это требует досконального знания законодательства с учетом специфики той или иной страны. Например, осуществляя грузоперевозки в Китай, приходится сталкиваться с совершенно особыми правовыми аспектами, по сравнению с международными перевозками в страны Евросоюза.

Максимальное количество проблем возникает у компаний, которые осуществляют ВЭД и международные грузоперевозки, во взаимоотношениях с таможней. Здесь проявляются особенности таможенного законодательства, в котором, порой, может запутаться даже достаточно квалифицированный юрист. Кроме этого, приходится сталкиваться с недостаточной компетентностью самих работников таможни, которые зачастую допускают неоднозначные трактовки законодательных норм, а порой – их прямое нарушение. Многие участники ВЭД вынуждены терпеть убытки. Однако необходимо понимать, что действующее законодательство оставляет достаточно количество эффективных меха-

низмов, которые позволяют значительно упростить внешнеэкономическую деятельность и повышают ее эффективность. К числу подобных механизмов можно отнести оформление предварительных класс-решений, предварительное декларирование грузов и другие процедуры.

Особые правила действуют в отношении перевозок отдельных типов грузов. Эта специфика должна учитываться участниками внешнеэкономической деятельности. В частности, при перевозке целого необходимым условием является специальная сертификация. Особый порядок декларирования и таможенного оформления также предусмотрен для товаров, которые представляют предмет интеллектуальной собственности. При несоблюдении всех формальностей возможны самые суровые санкции, вплоть до конфискации груза.

Кроме этого, необходимо отметить, что в том случае, если грузоперевозчик считает решение таможенного органа необоснованным, то к этому решению не стоит относиться как к окончательному приговору. Законодательство дает возможность оспаривать действия и решения таможенных органов в судебном порядке. При условии соблюдения правовых норм ведения ВЭД, компания, осуществляющая международные грузоперевозки, имеет все шансы отстоять свои интересы.

Разумеется, для учета всего разнообразия правовых аспектов ВЭД большинство компаний малого и среднего бизнеса, а зачастую – и представителей крупного бизнеса, не имеет эффективных возможностей. Это связано, прежде всего, с необходимостью содержания значительного штата высококвалифицированных юристов достаточно узкой специализации. [6]

Литература

1. Гордеев Г.Д. Развитие внешнеэкономической деятельности. – М.: ЮНИТИ, 2007 стр. 187
2. Стровский Л.Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 2008, стр. 67
3. Архипов А.Ю., Черковец О.В., Внешнеэкономическая деятельность российских предприятий. – М.: Феникс, 2008 стр. 123
4. Томилов В.В., Крупанин А.А., Хакунов Т.Д. Маркетинг и интрапренерство в системе предпринимательства. – М., 2008 стр. 196

Совершенствование управления в современных условиях хозяйствования

Е.И. Данилина, профессор кафедры «Финансы и кредит», д.э.н., профессор,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»
г. Королев, Московская область

В.Н. Данилин, профессор кафедры политической экономии и международных экономических отношений, д.э.н., профессор,
Российский государственный социальный университет,
г. Москва

Д.В. Горелов, аспирант,
Государственной академии повышения квалификации и переподготовки кадров для
строительства и жилищно-коммунального комплекса, г. Москва

Рассмотрена сущность менеджмента, его основные виды. Рекомендуется в целях более эффективного управления ресурсам организовать учет их затрат в разрезе выпускаемых видов продукции отдельных групп покупателей.

Обоснована необходимость замены классического менеджмента на стратегический и операционный. Обоснованы основные тенденции совершенствования менеджмента в направлении использования системы стратегического управления, а также децентрализации управления, использовании корпоративной культуры и социальной ответственности, развитии информационных систем в управлении, а также его автоматизации.

Управление, постиндустриальная экономика, виды менеджмента – производственный, инновационный, финансовый, кадровый.

The Management Perfection under up-to-date Conditions

Dr. Helen I. Danilina, Professor of Economics, Department of Finance and Economic Analysis,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

Dr. Valentin N. Danilin, Professor of Economics, Department of Political Economy and International-Economic Relationships,
Russian State Social University, Moscow,

Dmitry.V.Gorelov, Post-graduate Student,
The State Academy for Upgrading Qualifications and Personnel Retraining of Housing Communal Complex, Moscow

The essence of management and its basic types are being considered: In order to more effective resources management it is recommended to organize the expenditure calculation in the context of manufactured types of goods for separate groups of buyers.

The necessity of substitution of classical management by strategic and operational

one is being grounded. The fundamental tendencies of management perfection in the direction towards the strategic management application are founded as well as the decentralization management, the application of corporate culture and social responsibility, both the development of information system management and its automation.

Management, Post-industrial Economics, types of management – productive, innovative, financial, staffing.

По мнению многих исследователей мировая экономика в настоящее время находится на этапе перехода к новому типу своего развития, который в литературе назван по-разному, в том числе постиндустриальной, постиндустриальной, информационной, инновационной экономикой и т.д. Независимо от названия ее характерной чертой будут революционные изменения в системе производительных сил, включая широкое использование нано технологий. Одновременно это будет сопровождаться радикальными изменениями в системе производственных отношений в соответствии с требованиями экономического закона, требующего их совершенствования в связи с дальнейшим развитием производительных сил. Указанные процессы будут особенно бурно развиваться в странах уже вступивших в пятый технологический уклад своего развития. Как отмечают некоторые исследователи, именно в настоящее время происходит зарождение новой кондратьевской длинной волны экономического цикла. Причем, как показывает опыт, страны успевшие раньше других «оседлать» эту волну будут иметь значительный экономический эффект по сравнению с теми странами, которые не успели этого сделать.

Предстоящие изменения в системе производственных отношений прежде всего, касаются вопросов управления. В нашей стране в связи с радикальным изменением отношений собственности осуществлен ряд новых подходов, в том числе, достигнут переход от управления, основанного на использовании главным образом административно-командных методов к менеджменту с применением в основном экономических

методов управления. При этом существенно увеличивается разнообразие менеджмента в зависимости от его применения. В частности в качестве самостоятельного выделяется производственный менеджмент, который занимается вопросами рационального соединения рабочей силы со средствами производства, выпуском продукции с учетом ее количественных и качественных показателей и создания производственных запасов.

Совершенствование действующей системы управления должно осуществляться с учетом происходящих изменений в системе производственных отношений, обусловленных приходом к рыночной экономике и радикальным обновлением отношений собственности. В условиях плановой, административно-командной экономики, существовавшей системы фондируемого распределения ресурсов, товарного дефицита, практического отсутствия рынка, а также конкуренции, лидирующие позиции занимало массовое производство крупно-серийных товаров. При этом факторы конкурентоспособности не играли существенной роли, качество продукции определялось не потребностями клиентов, а его соответствием существующим стандартам, на низком уровне находилось послепродажное обслуживание.

В этих условиях управление было сосредоточено на поиске резервов повышения эффективности производства в основном на уровне конкретного продукта. Основное внимание уделялось снижению стоимости используемых сырья и материалов, уменьшению затрат живого труда и расходов, связанных с работой оборудования. В частности при-

нимались меры по снижению затрат на закупаемые материалы путем поиска выгодных поставщиков с низкими ценами. С целью получения скидки с оптовой цены материалы закупались большими партиями с последующим хранением, контролем и распределением товарно-материальных запасов.

С переходом к рыночной экономике значительное внимание уделяется удовлетворению потребностей отдельных категорий покупателей, что приводит к увеличению ассортимента выпускаемой продукции с одновременным ростом затрат, связанных с обслуживанием отдельных производственных заказов, а также переналадкой оборудования при переходе с одного ассортимента продукции на другой.

Особенностью современного этапа хозяйственной деятельности является расширение затрат за пределы производственного процесса, резко возрастает доля транзакционных издержек. Причем их рост осуществляется более быстрыми темпами по сравнению с объемом производства. Наряду с затратами на уровне отдельного изделия, увеличиваются расходы, связанные с выпуском отдельных серий и товарных категорий. Расширение ассортимента небольшими партиями и узких товарных линий, а также автоматизация производственного процесса приводит к существенному увеличению косвенных, вспомогательных и накладных расходов, игнорирование которых приводит в современных условиях к появлению негативных финансовых проблем. В этой связи для создания благоприятных условий эффективного управления необходимо адресная привязка расходующих производственных ресурсов в разрезе отдельных видов вырабатываемых изделий.

В современных условиях возрастание роли и значения человеческого капитала увеличивает необходимость использования кадрового менеджмента. При этом существенно расширяются функции кадровых служб, которые кроме

традиционных операций по приему и увольнению работников активно занимаются исследованием рынка труда, а также подбором, оценкой, обучением, расстановкой и стимулированием персонала.

Согласно классической научной системе менеджмента повышение эффективности производственного процесса осуществляется в направлении четкого разделения функций инженера и конкретных исполнителей-рабочих. При этом инженеры подразделяли производственный процесс на простейшие трудовые операции, с определением стоимости материалов, живого труда и машинного времени для выполнения каждой из них, а задача рабочих заключалась в их выполнении с наблюдением установленных норм. При этом предполагалось, что изменение времени выполнения отдельных операций приведет к сокращению всего производственного процесса. С этой же целью внедрялось высокоскоростное оборудование, порою в ущерб качеству продукции, и сопровождаемое зачастую повышенными затратами на ремонт, обусловленный его отказом.

В современных условиях существенно изменяется структура применяемого живого труда. С ростом образовательного уровня рабочих, с появлением так называемых «золотых воротничков», владеющих основами технических, экономических наук, а также информатики, их права и обязанности существенно расширяются. Они не только занимаются строгим выполнением заданных норм, как это было раньше, но и активно, наряду с инженерами и менеджерами, участвуют в выявлении проблем, резервов производства, предлагают конкретные пути их освоения. По мере усложнения производственных процессов успех во все большей степени зависит не от отдельных индивидуумов, а отдельных групп работников.

Кроме того в настоящее время происходят изменения в структуре трудовых ресурсов, в частности относительно

но уменьшается доля промышленно-производственного персонала и увеличивается доля административно-управленческого персонала. Этому способствует ускорение темпов механизации и автоматизации производственных процессов, а также создание крупных корпоративных объединений и усложнение на этой основе административно-управленческих процедур.

Данное обстоятельство следует учитывать при совершенствовании действующей системы менеджмента в современных условиях хозяйствования. Именно такого подхода требуют новые факторы конкурентной борьбы основанной на комплексной системе управления качеством продукции и гибких производственных процессах. Об этом же свидетельствует опыт передовых японских и западных фирм.

В условиях динамичного развития экономики, постоянного изменения спроса потребителей для повышения эффективности производства важное значение приобретает принятие своевременных управленческих решений. В этой связи актуальное значение имеет совершенствование действующей отчетности, которая призвана обеспечить товаропроизводителей достоверной, оперативной и релевантной информацией. Вместе с тем, по нашему мнению, одним из основных недостатков действующей отчетности является ее ориентация в основном на внешних пользователей, в том числе кредиторов, налоговых органов и т.д. Одновременно существующая отчетность имеет недостаточную информативность для принятия оптимальных управленческих решений. К недостаткам существующей отчетности следует отнести то, что она не обеспечивает установление регулярной обратной связи как с центрами управления затратами, так и непосредственно с рабочими группами на местах. Последнее обусловлено тем, что в настоящее время существенно изменилась роль рабочих в выполнении производственных операций. С ростом

образовательного уровня рабочих, с появлением так называемых «золотых воротничков», владеющих основами технических, экономических наук, а также информатики, их права и обязанности существенно расширяются. Они не только занимаются строгим выполнением заданных норм, как это было раньше, но и активно, наряду с инженерами и менеджерами, участвуют в выявлении проблем, резервов производства, предлагают конкретные пути их освоения. По мере усложнения производственных процессов успех во все большей степени зависит не от отдельных индивидуумов, а целых групп работников. В этой связи в западных фирмах организуются так называемые центры псевдоприбыли, когда рабочие группы сами несут ответственность по тем операциям, которые относятся к их работе. При этом получаемый ими результат не характеризует в полной мере прибыль, поскольку на ее величину влияет также цена, объем производства, товарный ассортимент, решения по которым относятся к компетенции руководства компании. Однако сотрудники в этом случае ориентированы на обеспечение прибыльности в своей деятельности, поскольку это считается более действенным мотивирующим средством по сравнению со снижением себестоимости продукции. Для их эффективного функционирования необходимо получение ими отчетности по выполнению тех производственных операций, которые находятся в сфере их компетенции.

В свете изложенного представляется целесообразным рекомендовать опыт по использованию указанных центров псевдоприбыли в деятельности отечественных предприятий с обеспечением их соответствующей информацией в целях повышения эффективности производства.

Одним из недостатком существующей отчетности является выполнение ею только контрольной функции, когда на ее основе можно констатировать

отклонения достигнутых фактических затрат от установленных. Причем в современных условиях жесткой конкуренции и высоких темпов внедрения достижений научно – технического прогресса неприемлемым становится сравнение издержек производства, достигнутых в текущем периоде, с их фактическим уровнем за предыдущие годы. В качестве базы для сравнения необходимо использовать наиболее прогрессивные нормы, установленные на основе последних достижений научно – технического прогресса в отечественных и зарубежных фирмах. Причем задача заключается не только в обеспечении контрольной функции, но и в снижении затрат, в постоянном совершенствовании производственного процесса и сокращении его длительности.

В современных условиях динамичной экономики не соответствует задаче повышение конкурентоспособности предоставление существующей отчетности со значительным отставанием от произошедших событий, что не позволяет руководству компании вмешиваться в их ход и оперативно принимать адекватные управленческие решения. Недоучет фактора времени не соответствует требованиям конкуренции, когда необходимы постоянные усилия, направленные на совершенствование производственного процесса, обеспечение его гибкости, а также повышения качества продукции в соответствии с потребностями клиентов.

Следует отметить, что в последние годы в стране проведена значительная работа по совершенствованию действующей системы бухгалтерского учета и отчетности и сближению отечественных принципов учета с существующими международными подходами. В частности были приняты две программы реформирования бухгалтерского учета и отчетности. При этом первая программа была изложена в постановлении Правительства РФ от 6 марта 1998 года № 283 «О реформировании бухгалтерского учета в соответствии с Международными

стандартами финансовой отчетности». Вторая программа изложена в Концепции развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации, которая была одобрена приказом министра финансов РФ от 1 июля 2004 года № 180. Цель указанных программ заключалась в приведении национальной системы бухгалтерского учета в соответствии с требованиями рыночной экономики и Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). В соответствии с принятыми программами, начиная с отчетности за 2005 год все банки, страховые общества и предприятия должны представлять отчетность в соответствии с МСФО, а к 2010 году вся система бухгалтерского учета и отчетности РФ должна была соответствовать МСФО. В принятых документах отмечены определенные успехи по сближению отечественных и международных принципов учета и отчетности. Одновременно были отмечены определенные нерешенные проблемы, в том числе необоснованно высокие затраты хозяйствующих субъектов на подготовку финансовой отчетности, низкий уровень профессиональной подготовки специалистов, а также низкое качество информации, содержащейся в финансовой отчетности хозяйствующих субъектов, что ограничивает возможность ее использования в принятии экономически грамотных решений.

Оценивая положительно проделанную работу, по нашему мнению, ее следовало бы продолжить, учитывая еще существующие недостатки в этом вопросе. В частности, поскольку в современных условиях в качестве важного фактора неценовой конкуренции выступает длительность выполнения заказа, целесообразно дополнить существующую отчетность некоторыми нефинансовыми показателями, отвращающими качество производственного процесса, длительность производственного цикла, что позволит принимать рациональные управленческие решения и на этой основе по-

высить конкурентоспособность выпускаемой продукции, а также эффективность производства.

В условиях новой экономики особое значение приобретает не физическая составляющая капитала, а человеческий капитал, и, что особенно важно, социальный капитал. На глобальных ранках идет усиление конкуренции и превращение инновационного процесса в необходимый элемент конкурентоспособности. При этом западные фирмы рассматривают принадлежащие им открытия и изобретения как важные средства в конкурентной борьбе. К сожалению, на отечественных предприятиях этому вопросу не уделяется должного внимания. На многих предприятиях отсутствует денежная оценка принадлежащих им объектов интеллектуальной собственности, а в бухгалтерской балансе строка «нематериальные активы» вообще не заполняется. Это дает возможность недобросовестным иностранным фирмам получать охранные документы на принадлежащие отечественным предприятиям открытия и изобретения с последующим предъявлением им претензий на якобы незаконное использование этих открытий и изобретений при производстве соответствующей продукции. Подобное положение в значительной степени объясняется недостаточным обеспечением наших предприятий высококвалифицированными специалистами-менеджерами в сфере инновационного менеджмента. Негативные последствия такого положения будут нарастать в связи вступлением России в ВТО, что в перспективе грозит потерей независимости сначала на рынке объектов интеллектуальной собственности, а затем и на товарных рынках.

В современных условиях усиливается взаимодействие маркетинга и менеджмента. При этом входе маркетинговых исследований изучаются потребности рынка в условиях постоянно изменяющихся запросов потребителей, а в последнее время маркетинг занимается

формированием новых потребностей покупателей, о которых они порой сами не знают, а производственный менеджмент занимается их практическим воплощением. При этом маркетинг можно рассматривать как рыночный менеджмент, поскольку в его функции входит управление коммерческой деятельностью, изучение спроса и емкости рынка, сбыт товара его доставка и т.д.

В качестве самостоятельного вида менеджмента выделяется также финансовый менеджмент, который занимается формированием доходов хозяйствующего субъекта в виде поступления средств от результатов его хозяйственной деятельности, в том числе поступлений от реализации товаров и услуг и других доходов, а также мониторингом расходов, включая плату за поступающие ресурсы, налоги, убытки от реализации и внерезультативной деятельности, в том числе от операций на фондовых и валютных биржах и т.д. При этом важнейшая задача финансового менеджмента заключается в том, чтобы обеспечивать платежеспособность хозяйствующего субъекта, то есть добиваться постоянного превышения его доходов на краткосрочными обязательствами.

Прежняя система научного менеджмента была ориентирована на выполнение отдельных локальных задач, которые зачастую и решали проблемы в целом. Существующие центры затрат могли успешно работать, укладываться в доводимые нормы затрат в разрезе отдельных элементов, а предприятия в целом имело низкие доходы. Достижение высоких скоростей обработки сырья на отдельных производственных операциях поглощалось задержками и простоями при передаче полуфабриката на последующие стадии производственного цикла, а также переналадкой оборудования при переходе от одного вида продукции на другой.

В этой связи классический научный менеджмент должен быть заменен на стратегический и операционный ме-

неджмент. Назначения стратегического менеджмента заключается в «выполнении правильных действий» [1], в состав которых входит определение потребности в отдельных видах эффективной деятельности, а также определение основных направлений увеличения спроса на прибыльные товары, услуги, клиентов и его снижение на неприбыльные виды деятельности.

Содержание операционного менеджмента заключается «в правильном выполнении задач» [1], в состав которого входит увеличение производительности ресурсов, уменьшение затрат, снижение простоев оборудования, оптимизация использования производственных активов, с тем чтобы поставленные задачи были решены с наименьшими издержками. При этом наибольший результат будет получен тогда, когда решения принимаемые на основе стратегического и операционного менеджмента будут взаимодополняющими.

Новая экономика – это экономика кластерных взаимосвязей и взаимозависимостей. При переходе от отраслевой кластерной организации экономика становится все более целостной. Изменения, происходящие на одном участке, чувствуются всеми участниками сети и рынка в целом. Предпринимательский риск, неуверенность и постоянные изменения становятся правилом, что увеличивает роль резервных фондов и финансового менеджмента в общей системе управления. При этом рождается принципиально новый тип организации, различные формы «мягких сетевых систем», а значит и новые теории управления этими организациями, что требует дальнейшего совершенствования теории и практики управления. В современных условиях независимо от вида применяемого менеджмента можно назвать следующие основные тенденции его развития. В частности при его совершенствовании следует исходить из того, что предприятие является целостной системой, которая не самообеспечивается, а зависит от

поступления производственных ресурсов извне и на его деятельность влияют как внутренние, так и внешние факторы. К числу последних кроме поставщиков ресурсов относятся также потребители, конкуренты, различные государственные органы и т.д. В этой связи в современных условиях управление должно осуществляться на основе ситуационного подхода, который рассматривает управление, как реакцию предприятия на воздействие различных факторов. При этом первостепенное значение имеют гибкость и быстрая адаптируемость предприятия к изменениям внешней среды.

Среди важных тенденций совершенствования менеджмента следует назвать использование системы стратегического управления, которое предполагает обоснование различных стратегий с последующим использованием их в текущих производственных – хозяйственных планах.

К другим тенденциям совершенствования менеджмента следует отнести децентрализацию управления, что предполагает делегирование полномочий от вышестоящих звеньев управления к нижестоящим, повышение хозяйственной самостоятельности отдельных структурных подразделений при соответствующем технико-экономическом обосновании и проведении экономических расчетов эффективности.

Совершенствование менеджмента должно осуществляться в направлении использования корпоративной культуры и социальной ответственности, признание ведущей роли лидера, усиление взаимосвязи управления с технической базой современного производства, развитие информационных систем в управлении и его автоматизации. Практическая воплощение указанных тенденций в системе управления будет способствовать ускорению темпов экономического развития хозяйствующих субъектов, повышению эффективности функционирования и предотвращению появления кризисных явлений.

Литература

1. Роберт Каплан, Рубин Купер. Функционально-стоимостной анализ. Практическое применение. Издательство «Дом Вильямс», Москва, Санкт-Петербург, Киев, 2009.

Разработка стратегии развития организации в посткризисный период на основе инновационного потенциала предприятия

М.Д. Джамалдинова, начальник управления по подготовке кадров высшей квалификации, к.э.н., доцент,

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»
г. Королев, Московская область

А.А. Калининская, аспирант второго года обучения кафедры менеджмента и информационных технологий,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«Московский государственный университет леса»
г. Мытищи, Московская область

В статье представлено исследование аспектов оптимизации в посткризисный период при разработке стратегии развития организации.

Инновации, инновационный потенциал, стратегия развития организации.

Working out of strategy of development of the organisation during the postcrisis period on the basis of innovative potential of the enterprise

M.D. Dzhamaldinova, the head of department on
training of the top skills,

State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

A.A. Kalinskaya, graduate student of the second year of training
of chair of Management and information technologies,

Federal State budget Institution of higher professional education Mytischki, Moscow Region

The article presents a study of aspects of the optimization in the post-crisis period in the development strategy of the organization.

Innovation, innovation potential, strategy development organization.

Изменения в экономической сфере, которые произошли за последние три года в мире и в России обусловили активное развитие одного из важнейших, на сегодняшний день, направлений деятельности предприятий – инновационное развитие.

В современном мире

инновационная составляющая развития предприятий является основным источником роста. Мировая практика показывает, что устойчивое развитие производства и поддержание его конкурентоспособности в долгосрочной перспективе зависит от инноваций. Инновационность становится

неотъемлемой чертой современного предприятия. В связи с этим возрастает важность и роль управления инновационной деятельностью, инновационным развитием российских предприятий.

Инновационный менеджмент, как процесс управления кардинальными изменениями в продуктах труда, средствах производства, сфере услуг и другой новаторской деятельности, является одним из основных направлений в развитии общественного производства. Под влиянием возрастающей внутренней и внешней конкуренции инновации становятся важнейшим элементом менеджмента на предприятии, ориентированного на стратегический успех. Новые продукты, прогрессивные технологии, определяя успех предпринимательской деятельности, обеспечивают долгосрочное функционирование и финансовую стабильность предприятий.

Стратегии вообще и инновационные в частности направлены на развитие и использование потенциала организации и рассматриваются как реакция на изменение внешней среды. Инновационными стратегиями могут быть: инновационная деятельность организации, направленная на получение новых продуктов, технологий и услуг; применение новых методов в НИОКР, производстве, маркетинге и управлении; переход к новым организационным структурам; применение новых видов ресурсов.

Управление инновационным потенциалом является составной частью инновационного менеджмента и решает вопросы планирования и реализации инновационных стратегий, обеспечивающих устойчивое развитие предприятия. Разработка инновационных стратегий осуществляется на основе оценки потенциальных возможностей предприятия и его инновационного потенциала.

Поскольку инновационная и общая организационная стратегии взаимо-

связаны, существует зависимость и между основными целями предприятия и направлениями его инновационной деятельности.

Понятие «инновации» современная экономическая наука трактует как «конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности либо в новом подходе к социальным услугам» [3]. Само слово «нововведение» в буквальном смысле означает «введение нового» и становится инновацией только в том случае, если в ходе его практического освоения имеет место процесс коммерциализации, т.е. появление на рынке новой (инновационной) продукции или услуги.

Главным условием современного развития является не просто создание и увеличение потенциала как такового, а использование имеющегося потенциала и обеспечение его роста в тех направлениях, которые могут обеспечить реальную социально-экономическую отдачу. В связи с этим, в рамках исследования наиболее актуальным представляется вопрос оценки инновационного потенциала на промышленном предприятии.

Именно поэтому становится актуальным процесс разработки инновационной стратегии, от которого зависит направление инновационной деятельности предприятия. Для выбора адекватной инновационной стратегии компании необходимо непрерывно осуществлять мониторинг и диагностику степени соответствия ресурсного и интеллектуального потенциала предприятия постоянно меняющимся потребностям рынка. Особенно актуален поиск адекватных методов и инструментов адаптации стратегической инновации к требованиям стратегии развития предприятия, основанной на принципах эффективности и устой-

чивости.

На основе результатов проведения целого комплекса фундаментальных мероприятий, берущего начало с критической оценки сильных и слабых сторон предприятия, принимается решение о выборе определенной инновационной стратегии [2]. Таким образом, выявив инновационный потенциал предприятия и сопоставляя окружающую экономическую среду с результатами внутреннего анализа, можно увязать возможности данного предприятия с прогнозами экономического развития страны или региона.

В то же время прежде, чем будут рассмотрены различные типы стратегий, произведен анализ внутреннего потенциала, а также рассчитаны прогностические сценарии развития реальные цели предприятия нельзя привести в формализованное состояние. Поэтому выбранные варианты корпоративных целей и стратегий могут получить развитие только после анализа информации, имеющейся в распоряжении предприятия в момент их разработки.

Формализация любой стратегии и применение методов планирования являются целесообразными, если решения, принятые «на местах», согласуются с общим планом развития организации, ее структурных подразделений. Акцент выбираемой корпоративной стратегии определяется выбором новых продуктов и проектов, который сегодня обуславливает развитие предприятия в средне- и долгосрочной перспективе, а соответственно этим и определится тот или иной акцент выбираемой корпоративной стратегии.

Оба приведенных способа зачастую учитывают только те проекты, которые обеспечивают высокую эффективность или положительный побочный эффект от их внедрения лишь в краткосрочной перспективе. При этом отказ от

разработок, не имеющих быстрой отдачи, может привести к потере конкурентных позиций в долгосрочной перспективе и неустойчивому положению предприятия в случае изменений общей экономической ситуации или конъюнктуры потребительского рынка. В связи с этим возникает необходимость разработки и применения такого способа, который обеспечивает и достижение текущих целей предприятия, и определенную гибкость и свободу маневра, при возникновении необходимости быстрой реализации новых решений.

Главное – процесс планирования и реализации мероприятий подразделения, разрабатывающего инновации, должен быть увязан с возможностями организации при формулировании корпоративной стратегии (см. рис. 1). Эту интеграцию обеспечивает инновационная стратегия через интерактивное взаимодействие между руководством организации и подразделением, инициатором инноваций. В этом случае нивелируются недостатки вертикальной организации, когда навязывание принципов сверху означает изначальную ограниченность инновационного «кругозора», а информационный поток «снизу вверх» ограничивает развитие организации.

При формулировании инновационной стратегии организации необходимо исследовать четыре исходные составляющие (см. рис. 1): выделение ресурсов на осуществление инновационной деятельности, анализ среды, сопоставление возможностей организации и определение текущих целей. Все эти составляющие одинаково приоритетны при определении дальнейшего пути развития организации, несмотря на их взаимную зависимость и неоднозначное влияние на уровень реализации.

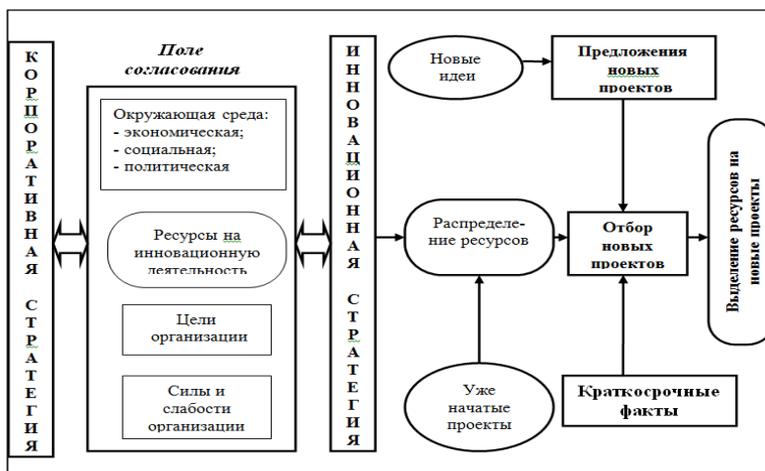


Рис.1. Механизм согласования корпоративной и инновационной стратегии развития организации

1) исследование долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных видов деятельности;

2) выбор между новыми и уже существующими продуктами;

3) выбор между новыми и уже существующими технологическими принципами и решениями [1].

Согласно рисунку 2, необходимо отметить, что секции, соответствующие выбранному пути развития, обозначают пути расходования бюджета, выделенного на осуществление инновационной деятельности

На данном этапе целесообразно также осуществить анализ расходования средств на разработку и внедрение инноваций в предыдущие периоды.

Необходимость анализа среды для формирования инновационной стратегии важна тем, что организации предоставляется возможность четко определить свое положение, выявить возможные угрозы и разработать контрмеры, определить появляющиеся возможности и найти способы их использования.

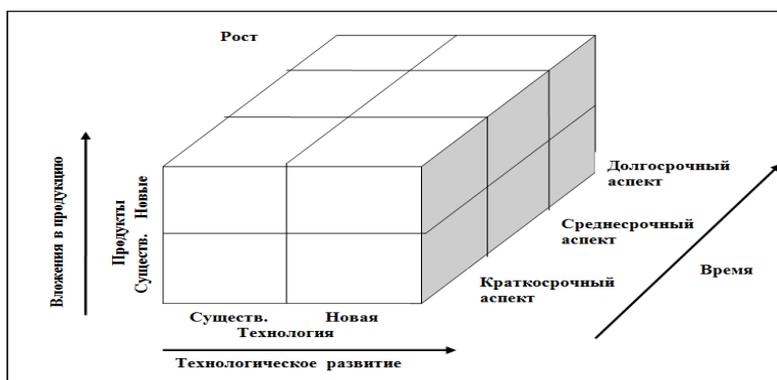


Рис.2. Распределение бюджета инновационной деятельности (Источник: [1])

Данный комплекс факторов обуславливает разработку новой цели перед

организациями – сформировать и внедрить новую стратегию. Основные эле-

менты и выявленные преимущества данной стратегии отражены на рисунке 3, где выделено, что основные акценты при разработке такой стратегии должны быть сделаны на тактических мерах, быстрых и оптимальных решениях текущих задач, сохранении активов и получении опыта. Стратегию подобного характера в современной практике называют «охранной» стратегией.

«Охранная» стратегия предполагает, прежде всего, более зрелую оценку рисков. Кризис заставил предприятия трезво взглянуть на свои возможности. Сегодня руководители предприятий не ставят задачи быть самыми современными

или крупными, они хотят быть самыми эффективными. Осторожное отношение к рискам проявляется и в том, что организации сегодня предпочитают вкладываться не в покупку новых активов, а в управленческие ноу-хау.

Помимо оценки рисков «охранная» стратегия заключается и во внесении изменений в маркетинговую политику. Предприятия увеличивают инвестиции в отделы маркетинга и модернизируют их, это связано с тем, что изучение ситуации и последующее быстрое реагирование на изменения — залог выживания на сократившемся рынке.

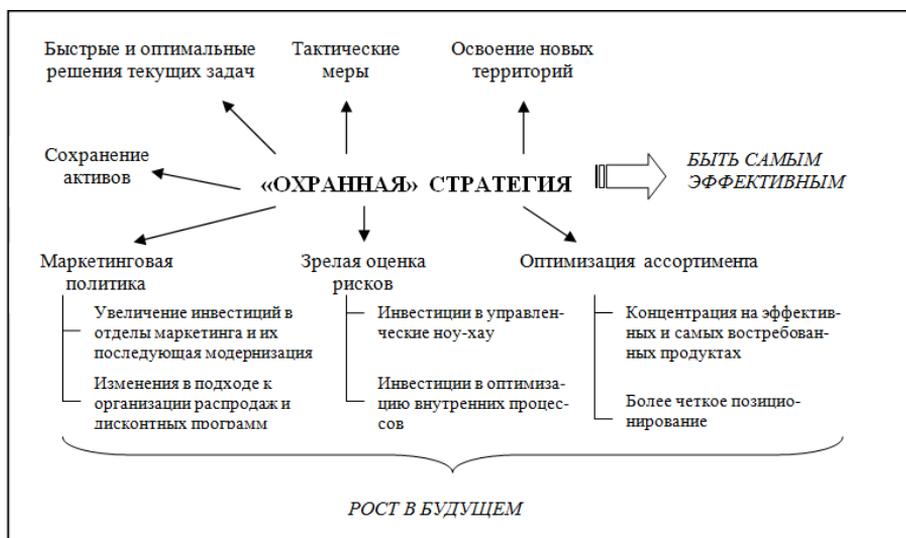


Рис.3. Элементы и преимущества «охранной» стратегии организации

Новая маркетинговая политика, прежде всего, заключается в ином подходе к организации распродаж и дисконтных программ. Предприятиям нужно учитывать нынешние особенности спроса. Главная из них — рациональность: потребитель стал более требовательным к качеству товаров. В такой ситуации сохранение и улучшение качества продукции без радикального увеличения издержек — основная цель организаций сегодня. Решение данной проблемы, в силу того, что производители потреби-

тельских товаров в России полностью или частично работают на подорожавшем импортном сырье и комплектующих, очень актуально, но в то же время сложно. Выходом из данной ситуации может являться сужение ассортимента, то есть концентрация на эффективных, самых востребованных продуктах. Реализуя данную стратегию на основе сужения ассортимента, помимо сокращения издержек, она приведет организацию к более четкому позиционированию.

Следует отметить, что сегодня

организациям не выжить и без инноваций, но развивать проекты нужно очень осторожно, точечно, выбирая только те, что не содержат рисков и стопроцентно прибыльны. Речь идет об освоении узких ниш — ценовых и тематических.

Предприятиям следует вводить узкий адресный ассортимент, обладающий потенциально высоким спросом. Можно отметить, что организации сегодня выводят на рынок новые продукты не только для того, чтобы освоить перспективные ниши, но и для вертикальной интеграции, создания более устойчивой модели бизнеса.

Другое возможное направление развития — выход на новые рынки. Вы-

бранные новые территории должны быть перспективными: либо быть свободными от конкурентов, либо отличаться очень высоким спросом, либо работа там должна позволить предприятию получить принципиально иные знания и опыт.

Таким образом, предложенная «охранная» стратегия позволит предприятиям потребительского рынка не только решить сугубо тактические задачи, но и сформировать новые компетенции, прежде всего на зарубежных рынках, а также и свой имидж, что позволит организациям получить возможность быстрее вписаться в ожидающийся экономический рост.

Литература

1. Большаков А.С., Михайлов Б.И. Современный менеджмент: теория и практика. – СПб.: Питер, 2008. – 341 с.
2. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию. – М.: Олимп Бизнес, 2009. – 278 с.
3. Кокинз Г. Управление результативностью. Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 328 с.
4. Кох Р. Стратегия / Ричард Кох; пер. с англ. – М.: Эксмо, 2007. – 224 с.

Основные направления и зарубежный опыт реализации государственно – частного партнёрства в ракетно-космической отрасли

С.А. Кулешов, аспирант кафедры экономики,
Л.Т. Керимова, аспирантка кафедры экономики,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»,
г. Королев, Московская область

В статье охарактеризовано понятие «государственно-частное партнерство» и описаны основные направления его реализации, одним из которых является финансирование научных исследований и развитие инновационной инфраструктуры, к которому относятся проекты в рамках реализации космических программ. Приводятся основные этапы развития ГЧП в космической отрасли США и формулируются перспективы подобного сотрудничества в России.

Государственно – частное партнёрство, приоритетные сферы реализации ГЧП, инновационная инфраструктура, ракетно-космическая отрасль, модернизация космической промышленности.

The main directions of foreign experience and implementation of public - private partnership in space industry

S. Kuleshov, post-graduate student, department of economics,
L.T. Kerimova, post-graduate student, department of economics,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

In the article described the concept of «public-private partnership» and described the main directions of its implementation, one of which is funding the research and development of innovation infrastructure, which includes projects in the framework of the space program. The basic stages in the development of PPP in the U.S. space industry and the prospects for such cooperation are formulated in Russia.

Public – private partnership, the priority areas of PPP implementation, innovation infrastructure, space - the space industry, the modernization of the aerospace industry

Привлечение частного капитала нередко позволяет решить проблему финансирования глобальных инфраструктурных проектов в самых различных отраслях современной экономики. Предпосылкой развития партнерских отношений между государством и бизнесом является постоянно увеличивающийся разрыв между рас-

тущими требованиями к развитию той или иной сферы деятельности, требующей глобальных инфраструктурных проектов с одной стороны, и низкими возможностями их финансирования государством. Сущность подобного партнерства помогает раскрыть анализ существующих определенных партнерства государства и бизнеса.

Понятие «партнерство» (англ. partnership) имеет несколько значений, главные из которых – «сотрудничество». Подобное партнерство организуется на основе договора, регулирующего права и обязанности участников. Термин «государственно-частное партнерство» (ГЧП) является дословным переводом распространенного во всем мире термина «public – private partnership» (PPP).

В экономике ряда развитых, а в последние десятилетия и развивающихся стран возникла эта особая форма взаимодействия бизнеса и власти. ГЧП представляет собой институциональный и организационный альянс государственной власти и частного бизнеса с целью реализации общественно значимых проектов в широком спектре сфер деятельности – от развития стратегически важных отраслей экономики до предоставления общественных услуг в масштабах всей страны или отдельных территорий. Бурное развитие многообразных форм ГЧП во всех регионах мира, их широкое распространение в самых разных отраслях экономики позволяют трактовать эту форму взаимодействия государства и бизнеса как характерную черту современной смешанной экономики [10].

В рамках экономической теории ГЧП рассматривается как институт, включающий в себя совокупность формальных и неформальных правил, в рамках которых с целью удовлетворения общества осуществляется совместная деятельность государственных органов власти и частного сектора при этом на равных правах реализуются их экономические интересы.

ГЧП выполняет следующие важнейшие функции:

- координация социальных и экономических интересов субъектов;
- перераспределение ресурсов;
- снижения трансакционных издержек участников.

В современном понимании ГЧП — это институциональный и организационный альянс между государством и бизнесом в целях реализации национальных и

международных, масштабных и локальных, но всегда общественно значимых проектов в широком спектре сфер деятельности: от развития стратегически важных отраслей промышленности и научно-исследовательских конструкторских работ (НИОКР) до обеспечения общественных услуг [2]. Среди практиков широко распространено мнение, что ГЧП подразумевает привлечение частных инвестиций в отрасли, традиционно финансируемые государством: от контрактов управления на действующие объекты до осуществления частными компаниями полного цикла строительства и эксплуатации новой инфраструктуры [1].

Ряд специалистов предлагают понимать под ГЧП объединение материальных и нематериальных ресурсов общества (государства или местного самоуправления) и частного сектора (частных предприятий) на долговременной и взаимовыгодной основе для создания общественных благ (благоустройство и развитие территорий, развитие инженерной и социальной инфраструктуры) или оказания общественных услуг (в области образования, здравоохранения, социальной защиты и т.д.). Как правило, каждый такой альянс является временным, поскольку создается на определенный срок в целях осуществления конкретного проекта и прекращает свое существование после его реализации.

Рейтинговое агентство Standard&Poor's определяет ГЧП как любые средне- или долгосрочные взаимоотношения между государственным и частным сектором, основанные на разделении рисков и доходов, объединении профессиональных знаний и совместном финансировании и служащие достижению определенных политических результатов. Удачным примером зарубежного опыта эффективного сочетания интересов публичного и частного партнеров признан проект по реконструкции крупнейшего аэропорта Германии во Франкфурте-на-Майне. Проект предполагал предварительную стадию приватизации – эмиссию акций, 29% которых были проданы на фондовой бирже

(аналог «народных IPO»). Держателями остальных акций стали земля Гессен (32,1%), город Франкфурт (20,5%) и государство (18,4%). Сформированное таким образом АО «Фрапорт» намеренно сохранило контроль публичных инвесторов. При этом АО является «частным» акционером других германских аэропортов, то есть «частная» сторона партнерств в них представлена структурой с преимущественно государственным участием [12].

Анализ публикаций по теме позволяет сделать вывод, что в настоящее время можно говорить о двух основных значениях употребления термина ГЧП: как принцип взаимодействия государства и бизнеса и как правовая форма такого взаимодействия. Развивающееся партнерство, в отличие от традиционных административных отношений, создает свои базовые модели финансирования, отношений собственности и методов управления. При этом принципиально важен комплекс вопросов, связанных с перераспределением правомочий собственности, неизбежно возникающим в процессе перерастания преимущественно административно-властных отношений между государством и бизнесом в отношения партнерства, закрепляемые соответствующими соглашениями сторон. Более того, некоторые устойчивые формы партнерства, например концессии, нередко расцениваются как своего рода косвенная приватизация или же ее полноценная альтернатива, то есть трактуются как вторжение в систему отношений собственности. В строгом смысле партнерства действительно институционально преобразуют сферы деятельности, традиционно относящиеся к ведению государства, но не выводят их полностью за его пределы. Соответственно разделение правомочий собственности между государственным и частным секторами экономики в рамках партнерства обычно касается не всего комплекса правомочий, на которые распадается в хозяйственном обороте суверенное право титульного собственника, а лишь некоторых из них. Речь идет о таких ключевых правомочиях, как право

контроля над использованием активов, право на доход, право на управление, а также право на изменение капитальной стоимости объектов соглашений и право на переуступку тех или иных собственных правомочий другим лицам [4].

Государственно-частное партнерство (ГЧП) становится необходимым в сферах, ранее считавшихся епархией государственного управления, к ним все чаще относятся наукоемкие отрасли, развитие которых тормозится при отсутствии прямого государственного регулирования и сокращения государственной собственности. С конца прошлого столетия в развивающихся странах с переходной экономикой появилось более трех тысяч проектов государственно-частного партнерства в самых различных областях [6].

Интерес к ГЧП со стороны обусловлен, как видится, прежде всего, дефицитом бюджетных средств. Без привлечения ресурсов и потенциала института предпринимательства решить задачу развития той или иной общественно значимой сферы в условиях нехватки бюджетных ресурсов невозможно. Отечественная практика реализации ГЧП небогата и, как правило, ограничивается проектами местного и регионального уровня.

Исследование, проведенное в 2005 году Международным центром социально-экономических исследований «Леонтьевский центр», позволило выявить приоритетные сферы реализации ГЧП – это, прежде всего, различные проекты, реализуемые в отраслях социальной сферы: ЖКХ, здравоохранение и образование, транспорт и логистика, недвижимость, экология и благоустройство. Незначительна доля проектов в туристско-рекреационной сфере, промышленности, развитии инновационной инфраструктуры [11]. Эксперты, разработчики программ социально-экономического развития Российской Федерации к приоритетным направлениям государственного и частного взаимодействия в России называют: жилищно-коммунальное хозяйство; производственную и транспортную инфраструктуру

туры (строительство и эксплуатация дорог, электрических сетей, портов, трубопроводов); профессиональное образование и систему переподготовки кадров; здравоохранение и социальные услуги; информационно-консультационную поддержку предпринимательской деятельности; и, наконец, финансирование научных исследований, имеющих перспективы коммерциализации, и развитие инновационной инфраструктуры [9].

В данной публикации мы остановимся на примере последнего из названных направлений, проиллюстрировав зарубежный опыт применения ГЧП в сфере космонавтики.

Космонавтика (от греч. κόσμος — Вселенная и ναυτική — искусство мореплавания, кораблевождение) — процесс исследования космического пространства при помощи автоматических и пилотируемых космических аппаратов, а также сами полёты в космическом пространстве [13].

Первые годы развития космонавтики характеризовались не сотрудничеством, а острой конкуренцией между такими государствами как (СССР и США) (так называемая Космическая гонка). Международное сотрудничество стало интенсивно развиваться только в последние десятилетия, в первую очередь, благодаря совместному строительству Международной космической станции и исследованиям, проводимым на её борту.

Все работы по разработке, производству и запуску космических аппаратов, пилотируемых кораблей, и миссий производились исключительно государством. Но если на старте развития космической промышленности темпы развития отрасли были очень высокими, то в настоящее время они существенно снизились. Таким образом, государство уменьшает степень своего присутствия в космических проектах, а разработки полувекковой давности не могут обеспечить современные условия развития космонавтики. Именно вследствие обозначенной тенденции, НАСА (NASA) признала программу «Шатл» устаревшей, и было принято решение по её

закрытию в 2011 году. После этого пилотируемые полёты на Международную Космическую Станцию (МКС), — осуществляются только на космических кораблях «Союз», которые в свою очередь, также требуют модернизации или замены на более современные.

С целью дальнейшего освоения космоса необходимо создать отвечающий современным требованиям космический корабль, и в США для этой проблемы в частности, да и для развития современной космической отрасли в целом, сделали ставку на привлечение частного бизнеса в космонавтику, на формирование механизмов реализации ГЧП.

Первые результаты этого последовали уже в 2010 году, когда 8 декабря 2010 года, когда был произведён успешный запуск беспилотной капсулы «Дракон» («Dragon»), выведенная на орбиту ракетоносителем «Фэлкон-9» («Falcon 9»). Разработку как ракетоносителя, «Фэлкон-9», так и корабля «Дракон», осуществляла компания «Спейс Икс» («Space X»).

Остановимся на основных этапах развития государственно – частного партнёрства в космической сфере.

2005 год. Основанная в 2002 году создателем известной платежной системы PayPal Элоном Маском, компания «SpaceX» в январе купила 10% британской компании Surrey Satellite Technology Ltd, последняя является разработчиком космических аппаратов. В мае компания «SpaceX» заключила контракт на \$100 млн с Центром ракетно-космических систем ВВС США по выводу на орбиту военных спутников. Несмотря на неудачу первого старта, компания продолжала получать заказы. В частности, заключено соглашение с канадской компанией MDA Corporation на запуск спутника «Cassiope».

2006 год. 18 августа компания «SpaceX» объявила, что выиграла контракт с НАСА, чтобы продемонстрировать грузовую поставку к международной космической станции с возможным выбором для транспорта команды.

2008 год. 2 августа третий запуск

«Falcon 1» закончился неудачей. Ракета несла один военный американский спутник, два малазийских микроспутника и груз праха для захоронения в космосе. 28 сентября четвёртый запуск ракеты «Falcon 1» впервые завершился успехом. На эллиптическую орбиту высотой 500—700 километров был доставлен массовый эквивалент полезного груза.

2009 год. 14 июля произведен пятый запуск ракеты «Falcon 1». На орбиту был успешно выведен коммерческий спутник «RazakSat», принадлежащий Малайзии. Это был первый в истории полностью успешный полет ракеты-носителя на жидком топливе, разработанной и созданной частной компанией. Масса спутника составила 180 кг, высота орбиты 685 км.

2010 год. 4 июня был осуществлён успешный запуск более тяжёлой, чем «Falcon 1», ракеты «Falcon 9», которая достигла целевой орбиты [8]. 8 декабря был успешно осуществлён запуск ракеты «Falcon 9» и грузового корабля «Dragon». Корабль вышел на орбиту, передал телеметрическую информацию, сошёл с орбиты и успешно приводнился в океан. Таким образом SpaceX стала первой в мире неправительственной организацией, которая запустила орбитальный грузовой корабль и успешно возвратила его на землю.

2011 год. 5 апреля 2011 года Элон Маск анонсировал РН «Falcon Heavy», первый запуск которой будет осуществлён в конце 2012 года с базы ВВС США Ванденберг. Второй запуск планируется осуществить с мыса Канаверал в конце 2013—2014 году. Новая ракета позволит выводить до 53 тонн полезного груза на низкую опорную орбиту [15]. 16 августа НАСА дала согласие на запуск корабля «Dragon» 30 ноября и его стыковку с МКС [14].

Российский аналог РН «Falcon Heavy», разрабатываемый ЦСКБ Прогресс – ракетоноситель «Русь-М», способен выводить на низкую опорную орбиту полезный груз массой до 50т. (модификация «Русь-МТ»). В перспективе планировалось разработать ракетоноситель позволяющий выводить до 100т. полезного груза. Пер-

вый непилотируемый запуск «Русь-М» ожидался в 2015 году, а пилотируемый в 2018 году. Данный ракетоноситель разрабатывался и с перспективой дальнейшего использования в проектах пилотируемых полётов к Луне и Марсу. Но 9 октября 2011 года Правительство РФ и руководство «Роскосмоса» приняли решение закрыть программу «Русь-М». После закрытия программы у России нет ракетоносителей способных поднимать на низкую опорную орбиту груз массой свыше 50т. Из когда либо созданных РН такого класса успешный полёт совершил ракетоноситель «Сатурн V», разработанный выдающимся конструктором ракетно-космической техники Вернером фон Брауном, подняв на низкую опорную орбиту груз массой 140т. (Аполлон 16).

Оценивая коммерческий интерес к ракетоносителям «Falcon 9» (способными выводить на орбиту корабля «Dragon»), необходимо отметить, что для заказчика стоимость запуска этого РН составит примерно 56 млн. USD. Для сравнения примерная стоимость запуска ракетоносителя «Союз» составляет 70 млн. USD. Так же следует обратить внимание на то, что общая численность сотрудников компании Space Exploration Technologies Corporation (SpaceX), составляет около 500 человек. Для сравнения численность сотрудников ОАО РКК «Энергия» около 14 000 человек. Численность сотрудников «ЦСКБ-Прогресс», производящее ракетоносители «Союз», составляет около 20 000 человек [15].

Как видим, международный опыт в привлечении частного бизнеса в космическую отрасль оказался удачным, США первыми в мире сделали ставку на крупномасштабное привлечение бизнеса к организации и финансированию космических программ, и она оказалась выигрышной. Но существует ли возможность повторить данный опыт в отечественной космической промышленности, где развитие космонавтики осуществляют только государственные компании. Безусловно, варианты привлечения честного бизнеса в

космическую промышленность есть и в России, построить их планируется при использовании принципов и механизмов государственно-частного партнёрства (ГЧП).

Основной смысл концепции ГЧП состоит в представлении частному бизнесу возможности оказывать услуги, пользуясь инфраструктурой, разворачиваемой сейчас или в прошлом за счёт государства. В России широкую популярность в космической области получила тематика ГЧП применительно к коммерческому использованию системы ГЛОНАСС. Сейчас ведется системное проектирование многоцелевой космической системы «Арктика». Предполагается, что реализация этого проекта на основе принципов ГЧП позволит привлечь в проект из внебюджетных источников от 10 до 50% общего объёма финансирования [5].

Безусловно, для перехода большей части космической промышленности в частный сектор экономики необходимы серьёзные инвестиции, которые окупятся не сразу, а по истечению десятков лет. Необходимо заинтересовать бизнес для

столь долгосрочных вложений, оказывая помощь выделением льготных кредитов, средств, в качестве грантов при победе на конкурсах, проводимых под эгидой государства, в частности «Роскосмоса». Необходимо вести более рациональную политику в части управления персоналом, поскольку на крупных компаниях государственного сектора численность сотрудников необоснованно завышена в сравнении с зарубежными компаниями, что связано как со сравнительно низкой производительностью труда, так и неэффективной стратегией реализуемой в рамках формирования человеческого капитала космической отрасли. Это негативно влияет на себестоимость продукции и соответственно, на её конкурентоспособность.

Конечно привлечение частного финансирования в космические проекты и программы - это только первый шаг к модернизации отечественной космической промышленности, но от того насколько быстро в России частные предприятия будут готовы к этому, будет в определенной степени зависеть конкурентоспособность космической отрасли нашей страны.

Литература

1. Вакулenco В. Альтернативные схемы инвестирования // Топ-менеджер – №3, 2006.
2. Варнаский В. Альянс на неопределенный срок // ФельдПочта – № 29, 2004.
3. Вилисов М.В. Государственно-частное партнерство: политико-правовой аспект // Власть – №7, 2006.
4. Дерябина М. Государственно – частное партнёрство: теория и практика; //Экономический портал – №7, 2010.
5. Десятов А., Парфёнов В. Проекты частные – интересы государственные // Российский космос – №10, 2011.
6. Конищева Т., Тихонов Е. Власть и бизнес в одном проекте // Российская бизнес-газета – №5, 2005.
7. Пахомов С. Государственно-частное партнерство в современной России // Бюджет – №9, 2007.
8. Пресс-релиз SpaceX: «SPACEX ACHIEVES ORBITAL BULLSEYE WITH INAUGURAL FLIGHT OF FALCON 9 ROCKET», 2011.
9. Программа социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006 – 2008 годы). Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 19 января 2006 г. № 38-р.
10. Частно-государственное партнерство: состояние и перспективы развития в России: Аналитический доклад. М.: Институт экономики РАН, Национальный инвестиционный совет, 2006.
11. Частно-государственное партнерство при реализации стратегических планов: практика и рекомендации. – СПб.: Международный центр социально-экономических исследований «Леонтьевский центр», 2005.
12. Public Private Partnership: Ein Leitfaden für Öffentliche Verwaltung und Unternehmer.

-
13. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
 14. Согласие НАСА на стыковку к МКС <http://www.itar-tass.com/c11/204602.html>
 15. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.spacex.com/falcon9.php>
 16. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://institutions.com/general/1079-gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo.html>

Инновационные методы управления затратами промышленных предприятий

М.А. Меньшикова, д.э.н., профессор кафедры экономики,
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»,
г. Королев, Московская область.

В статье обоснована необходимость разработки и использования инновационной системы управления затратами. Определены цели и задачи управления затратами в современных условиях. Разработана схема управления затратами по функциям управления и элементам управленческого цикла. Автором сформирован алгоритм организационного обеспечения управления затратами. Определены направления оценки разработанной стратегии управления. Предложена примерная структура построения мест возникновения затрат на промышленном предприятии.

Управление затратами, оптимизация, ресурсный потенциал, элементы управленческого цикла.

Innovative management methods for administration costs of industrial enterprises

M.A. Menshikova head of a chair of economics, Doctor of Economics, professor,
State educational institution
of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

In this article is proved necessity of working out and using innovative control system by expenses. purposes and problems of expense management in modern conditions is identified. The scheme of expense management on functions of management and administrative cycle's elements is developed. The algorithm of organizational maintenance of expense management was generated by author. Directions of an estimation of the developed management strategy are defined. The approximate structure of modelling places of expense occurrence on industrial accounting is offered.

Management of expenses, optimization, resource potential, elements of an administrative cycle.

В системе развития предприятия в условиях значительных ограничений улучшения финансового результата целесообразно акцентировать внимание на процессы снижения затрат. Практически на каждом предприятии имеются резервы минимизации затрат до рационального уровня, что позволяет повысить его эко-

номическую эффективность и конкурентоспособность.

Управление затратами дает возможность предприятию оперативно установить наиболее эффективные и перспективные направления хозяйствования, а также факторы, способствующие достижению намеченных целей, и соответственно

скорректировать свои действия. Фактически речь идет о системе принципов и методов разработки и реализации управленческих решений по всем основным аспектам их формирования, распределения и использования в организациях и на предприятиях.

Целью управления затратами является их оптимизация для достижения задач, стоящих перед экономическим субъектом, что возможно при соблюдении следующих принципов:

1. Обеспечение оптимизации размера затрат в соответствии с производственным ресурсным потенциалом предприятия.
2. Организация качественного процесса формирования затрат.
3. Обеспечение оптимальной взаимосвязи между процессом формирования затрат и допустимым уровнем риска.
4. Обеспечение снижения уровня затрат по отношению к общему объему производства.
5. Обеспечение снижения уровня затрат и достижение необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам предприятия

Процесс формирования затрат должен учитывать специфику предприятия, его технологические и организационные особенности, что позволит снизить уровень допустимого риска. Исходя из заданного уровня риска, в процессе управления может быть определен минимальный уровень затрат.

Механизм управления затратами по функциям управления и элементам управленческого цикла представлен на рис. 1.

Все рассмотренные задачи управления затратами тесно взаимосвязаны между собой.

Составляющими элементами управления являются планирование, организация, координирование, стимулирование и контроль. Планирование представляет собой процесс описания вариантов действий, которые могут быть осуществлены в будущем. Он включает: постановку цели, формулировку задач, изыскание путей решения задач для достижения поставленной цели. Администрация, аппарат управления должны иметь информацию о смете затрат и предполагаемых источниках ее исполнения.

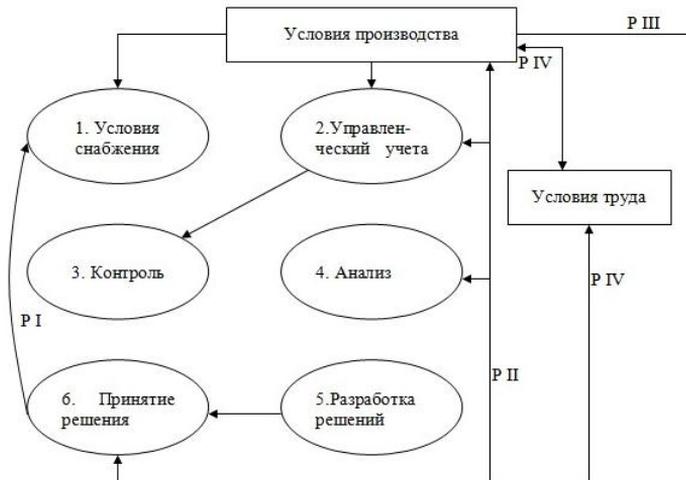


Рис. 1. Схема управления затратами по функциям управления и элементам управленческого цикла

Р I – принятие организационного решения;

Р II – принятие методического решения;

Р III – принятие технологического решения;

Р IV – принятие социально-психологического и организационно-технического решения

Создание организационной структуры предприятия необходимо для практической реализации поставленных целей; распределения обязанностей между исполнителями; координации действий исполнителей на основе внутренних информационных связей, объединяющих разные уровни управления.

Стимулирование выступает в качестве средства мотивации участников производственного процесса, позволяющее заинтересовать в достижении поставленных целей и задач.

Контроль предполагает проверку осуществления планов со стороны руководства, определения состояния объекта, сопоставления фактических результатов с плановыми. Большая часть управленческих решений основывается на оценке деятельности, где управленческое планирование и система контроля взаимодействуют.

Внутренний механизм управления затратами формируется в рамках конкретного экономического субъекта. На предприятии может быть разработана и утверждена система внутренних стандартов и нормативов по вопросам формирования и распределения затрат.

В управлении затратами используются конкретные методы и приемы: балансовый, экономико-математическое моделирование, технико-экономического анализа, сравнения и другие.

Основу организационного управления затратами составляет структура управления предприятием: подразделения, службы, отделы и др. Различают два вида построения взаимоотношений между ними: горизонтальные и вертикальные. Горизонтальные связи строятся на одном уровне, вертикальные – являются многоуровневыми.

Общие принципы формирования организационной структуры управления могут иметь движение управленческих решений и информационных потоков строго по

вертикали или при полной ответственности руководителей формируемых подразделений.

Эффективное управление затратами предприятия реализуется благодаря следующим принципам:

Комплексный характер формирования управленческих решений. Все управленческие решения в области формирования затрат взаимосвязаны и оказывают прямое воздействие на конечные результаты деятельности.

Управление затратами является составной частью общего процесса управления предприятием.

Решения, принимаемые в области производственного, инновационного, финансового менеджмента находят прямое отражение на уровне затрат предприятия, поэтому их следует рассматривать как единая комплексная систем действий, обеспечивающая разработку взаимозависимых управленческих решений.

В разработке управленческих решений следует предусмотреть многовариантность. Каждое управленческое решение должно иметь возможные альтернативные действия. Предприятиям следует разработать и использовать критериальные показатели для выбора одного определенного решения.

Динамизм управления и ориентированность на стратегические цели развития предприятия. В управленческой деятельности следует учесть постоянно изменяющиеся внешние и внутренние факторы, влияющие на уровень затрат. На стадии перехода к рыночной экономике факторы внешней среды имеют довольно высокую динамику. Быстро меняются по времени и внутренние условия функционирования предприятия.

Проекты управленческих решений должны быть направлены на оптимизацию затрат с учетом перспективных задач развития предприятия. Моделирование такого процесса может быть представлено в виде схемы (см. рис. 2).

Разработка организационно-

экономических мероприятий по обеспечению управления затратами предусматривает формирование на предприятии центров ответственности разных типов; определение

прав, обязанностей и меры ответственности их руководителей; разработку системы стимулирования за их вклад в формирование и оптимизацию затрат.



Рис. 2. Формирование организационного обеспечения управления затратами

Оценка разработанной стратегии управления осуществляется по следующим направлениям:

насколько стратегия учитывает ресурсный потенциал предприятия;

насколько стратегия согласуется с финансовой стратегией предприятия;

согласованность разработанной стратегии с внешней средой, насколько она соответствует перспективному развитию экономики страны;

оценка результативности стратегии управления может быть определена по степени достижения поставленной цели развития предприятия. При этом могут использоваться и общезкономические результаты реализации разработанной стратегии:

- повышение уровня управляемости центров ответственности;
- рост деловой репутации предприятия;
- улучшение условий труда работников;
- увеличение доходов на единицу акционерного капитала и т.д.

В производственной сфере в разрезе мест возникновения затраты функционально могут быть обособлены по подразделениям, имеющим технологическую автономность, например, по подготовке производства, конструкторским разработкам, а также по отдельным технологическим участкам производства, в частности в фанерном производстве, по лушению чураков, сушке шпона и др.

Рассматриваемый признак для

промышленных предприятий интересен, так как они, как правило, обременены весомыми материальными запасами, имеют разветвленное собственное складское хозяйство, др. При формировании мест возникновения затрат предприятия в сфере материально-технического обеспечения речь может идти об организации управленческого учета в разрезе подразделений по поставкам, приемке, проверке качества, хранению и отпуску сырья и материалов.

В сфере сбыта по местам возникновения затрат могут быть функционально обособлены подразделения, которые специализируются на маркетинге, рекламе, продажах внутри страны, экспорте, посредничестве и др.

В сфере управления могут быть обособлены отдельные функциональные подразделения: бухгалтерия, центр информационных технологий, финансовый отдел, аудиторская либо ревизорская службы и др.

Функциональный принцип формирования мест возникновения издержек производства по подразделениям должен быть экономически оправдан, т.е. ориентирован на соответствующие масштабы их хозяйственной деятельности как в части оборота ресурсов в единицу времени, так и в отношении численности занятого персонала. В противном случае их функциональное обособление не будет экономически целесообразным.

С точки зрения деления предприятия по организационно-технологическому признаку исходят обычно из необходимости обособления таких структурных частей предприятия, которые представляют собой экономически однородные и технологически обособленные подразделения и руководство которых должно нести административную ответственность за их высокоэффективную деятельность. В таких подразделениях приоритетным является достижение цели финансового, экономического, внутреннего технологического контроля за формированием затрат по местам возникновения, так как администрация предприятия должна быть уверена, что с помощью информационной обеспеченности всегда имеется возможность установить величину обо-

рота ресурсов в конкретном месте их потребления.

При значительных масштабах производства иногда имеет смысл производить разукрупнение технологически однородных подразделений по центрам затрат и ответственности между двумя или несколькими должностными лицами, каждое из которых обеспечивает функционирование закрепленного за ним работающего оборудования, обслуживаемого персоналом, подчиненным конкретному ответственному лицу.

Рациональную структуру мест возникновения затрат нужно проектировать уже на стадии создания предприятия. Например, на практике для крупных предприятий оптимальный результат дает использование функционального признака, с применением в его рамках других вышерассмотренных признаков, а для средних и мелких предприятий использование этого признака ограничено.

Рациональное построение учета затрат по местам возникновения с группировкой по центрам затрат и выделением центров ответственности представляется очень важным при контроле за процедурой их образования по отдельным подразделениям и способствует максимальной оптимизации себестоимости продукции по предприятию в целом.

В пределах каждого места потребления ресурсов необходимо организовать обособленный учет издержек производства, непосредственно связанных как с производственно-технологическим процессом изготовления продукции, так и с его управлением. С помощью распределения затрат по принципу прямой принадлежности в управленческом учете косвенно-распределяемые издержки производства выявляются по каждому конкретному месту возникновения. Принимая во внимание то, что косвенно-распределяемые издержки производства формируются, как правило, по двум уровням мест возникновения – по предприятию в целом и структурным подразделениям – следует дифференцировать экономические базы их распределения для каждого уровня.

Для крупных лесопромышленных предприятий, имеющих высокий уровень

специализации хозяйственной деятельности, наиболее типично планирование и создание мест возникновения затрат на основе функционального признака, применение которого на практике модифицируется в зависимости от специфики вышеназванных условий.

При построении системы управления затратами необходимо сформулировать:

- систему подконтрольных показателей, состав и уровень их детализации;
- структуру и формы представления отчетности по затратам;
- сроки представления отчетности;
- используемые компьютерные программы;

- распределение ответственности за полноту, своевременность и достоверность информации, содержащейся в отчетах по затратам.

Для построения эффективной системы управления затратами необходимо выделить центры ответственности, где формируются затраты, классифицировать затраты, а затем воспользоваться системой управленческого учета затрат. В результате внедрения системы управления затратами руководитель предприятия получит возможность своевременно выявлять недостатки в планировании, формировании затрат и принимать обоснованные управленческие решения.

Литература

1. Друри К. Управленческий учет для бизнес решений: Учебник М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003. – 655 с.
2. Карпова Т.П. Управленческий учет: учебник для вузов. М.:Инфра-М, 2006. – 350 с.
3. Кузьмина М.С. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отраслях производственной сферы: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2010. – 248 с.
4. Управление затратами на предприятии: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. И доп. – В.Г. Лебедев, Т.Г. Дроздова, В.П. Кустарев и др. – Спб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2003. – 256 с.

Перспективы развития российской газовой промышленности

В.И. Церевитинова, аспирант кафедры экономики,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»
г. Королев Московская область

Газовая промышленность является одной из самых молодых быстро растущих отраслей мирового энергообеспечения. Доля природного газа в мировом энергетическом балансе характеризуется неуклонным увеличением. Запасы газа растут пропорционально росту мировой добычи газа, а прогнозы потребления газа довольно оптимистичны. Ведущее место в перспективах изменения мирового энергобаланса в пользу природного газа отводится России, которая обладает до 30 % мировых доказанных и 33 % перспективных запасов природного газа.

Газовая промышленность, мировой энергетический баланс, перспективы развития, добыча газа, потребление газа, запасы газа.

Prospects of development of the Russian gas industry

V.I. Tserevitinova, post-graduate of economy department,
State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

The gas industry is one of the quickly growing branches of world power supply. The share of natural gas in world energy balance is characterized by steady increase. Gas stocks grow proportionally to growth of world gas production, and forecasts of consumption of gas are optimistical enough. The leading place in prospects of change of a world power balance in favor of natural gas is taken away Russia which possesses to 30 % of the world proved and 33 % of perspective stocks of natural gas.

Gas industry, world energy balance, perspectives, gas production, gas consumption, stocks of natural gas.

Газовая промышленность России представляет собой единый комплекс работ широкого круга: от геолого-разведочных работ на суше и шельфе, бурения и эксплуатации скважин, добычи и переработки природного газа и газового конденсата, распределения газа до подземного хранения и транспортировки газа, использования газа как моторного топлива, а также до научно-исследовательских и проектных разработок в газовой промыш-

ленности и смежных с ней отраслях. Газовая отрасль в структуре ВВП занимает около 8%, обеспечивая более 19% поступления валютной выручки государства за счет экспортных поставок. Динамичное развитие газового сектора послужит локомотивом и для развития других отраслей экономики.

В перспективе до 2020 года приоритетным направлением является развитие высокоэффективных качественных видов

газового топлива. На сегодняшний день разведанные запасы в Западной Сибири достигает около 80%, основная часть из них вступила в падающую стадию добычи. В то время как в районы Восточной Сибири и Дальнего Востока, а также морские шельфы практически не освоены. Следует отметить, что именно на данные труднодоступные регионы и приходится около 80 % прогнозных ресурсов природного газа.

Транспортировка газа от осуществляется по газотранспортной системе, включающей в себя газопроводы, компрессорные станции, объекты подземного хранения газа. В настоящее время система газоснабжения России – один из основных элементов национальной экономики. Ежегодно в России ежегодно потребляется около 70% от всего объема добытого газа, а ежегодный прирост внутреннего рынка составляет порядка 3%. Разведанная сырьевая база надежна для энергообеспечения как внутреннего, так и внешнего рынков. Разведанные запасы газа России составляют порядка 50 трлн.куб.м, из которых около 80% приходится на Западную Сибирь; 92% – на сушу и 8% – на шельф. В общей сложности, выявлено около 800 месторождений природного газа, из которых 350 находятся в разработке, а 60 намечены к промышленному освоению и оцениваются в 100 трлн.куб.м.

Особенностью разведанных запасов является их высокая степень концентрации в отдельных регионах страны, в основном, на севере Западной Сибири, причем четыре крупнейших месторождения газа – Уренгойское, Ямбургское, Медвежье и Вынгапурское – уже вступили в падающую фазу.

Общая протяженность магистральных газопроводов, образующих газотранспортную систему (ГТС), составляет около 155 тыс. км. Однако следует отметить, что требуется существенная модернизация ГТС. Имеющиеся мощности хранения газа составляют порядка 60 млрд.куб.м. в год, что позволяет обеспечить потребности внутреннего рынка. Тем не менее, существуют проблемы, связан-

ные с пиковым отбором газа в зимний период и с газификацией городов и сел. Несмотря на то, что потребление газа на внутреннем рынке возросло примерно в 3 раза, уровень газификации недостаточен, особенно в сельской местности.

Согласно утвержденной Правительством РФ Энергетической стратегии до 2030 г. приоритетом развития топливной промышленности будет природный газ, который способен обеспечить порядка 50% всего производства первичных энергетических ресурсов. Прежде всего, развитие газовой промышленности будет происходить за счет месторождений в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке, из которых в ближайшей перспективе планируется экспорт газовых потоков. Однако кроме этих регионов важную роль в газоснабжении потребителей будут также играть Уральский и Поволжский районы.

Как упоминалось выше, газотранспортная система нуждается в существенной модернизации. Однако реконструкция необходима и единой системы газоснабжения, и подземных хранилищ газа с целью осуществления экспортных поставок и улучшений экономической эффективности, повышения надежности газоснабжения. Также представляется необходимым закончить газификацию сельской местности всех районов. Наиболее остро проблема газификации городов и сел стоит в районах Восточной Сибири и Дальнего Востока. В краткосрочной перспективе планируется существенное вовлечение использования газа в качестве моторного топлива.

Одними из наиболее перспективных месторождений в прогнозном плане являются месторождения полуострова Ямал, Восточной Сибири и месторождения, расположенные на континентальном шельфе, освоение которых представляется необходимым для энергобезопасности страны. Однако для освоения подобных месторождений требуется привлечение иностранного капитала, где представляется перспективным освоение шельфа Сахалина с привлечением капитала американ-

ских и японских компаний.

Прогнозируется дефицит в газоснабжении Европы в объеме 75-100 млрд.куб.м. в год, покрытие которого может быть осуществлено за счет трансконтинентальной газовой магистрали «Ямал-Европа» протяженностью более 4000 км. С полной уверенностью можно сказать, что это мегапроект: газопровод пройдет от Ямальских месторождений через Центральную Россию, Белоруссию в Польшу и Германию, где в будущем предполагается сооружение ответвлений в остальные страны Европы.

Не менее амбициозными и перспективными представляются и другие проекты перекачки российского природного газа, как то российско-болгарский проект транспортировки газа в Грецию или южно-европейский газопровод, который пройдет по территории Венгрии, Словении, Италии и соединит газопроводы этих стран с магистральным газопроводом «Ямал-Европа». Рассматриваются и другие маршруты транспортировки российского газа на европейскую территорию, например через Финляндию и Швецию; рассматриваются поставки в страны Восточной Азии: КНР, КНДР, Республику Корею.

Следует выделить и другое перспективное направление рынка – сжиженные углеводородные газы. При развитии системы газоснабжения предусматривалась газификация регионов как природным, так и сжиженными углеводородными газами. Рынок сжиженного углеводородного газа динамично развивается:

- на мировом рынке спрос на сжиженное углеводородное топлива растет вдвое быстрее, чем на сырую нефть.

- в Европе функционируют более 10 тыс. автогазозаправочных станций, работающих на сжиженном газе.

В данный момент лидерами на рынке производства сжиженного газа в России являются ОАО «Газпром» и ОАО «СИБУР», на долю которых приходится около 60% в общем объеме российского производства сжиженного газа.

Тем не менее, несмотря на положительные изменения в отрасли, можно выделить ряд существенных проблем. В первую очередь, это отсутствие конкурентной среды на российском рынке газа. Во-вторых, высокая степень государственного регулирования. Основная доля рынка приходится на компанию ОАО «Газпром». В условиях, когда основная часть газа реализуется на регулируемом секторе рынка газа, возможности появления и развития независимых производителей весьма ограничены. Транспортировка и газораспределение тоже относятся к монопольным видам деятельности. Также необходимо отметить, что не развиты основные рыночные институты на российском газовом рынке, обеспечивающие гарантиями сделки купли-продажи.

Но все же основной стратегией развития газовой промышленности России в долгосрочном плане остается увеличение добычи природного газа и повышение его доли в общем энергобалансе страны. Хочется надеяться, что развитие газовой отрасли принесет пользу и другим отраслям экономики, позволит решить вопросы использования экологического топлива.

Литература

1. Мастепанов А.М. Еще один прогноз развития экономики и энергетики мира: взгляд из офиса «Бритиш Петролеум»// Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2011 №3.
2. Энергетическая стратегия развития России на период до 2030 года.// Министерство энергетики Правительства РФ, 2009.
3. Единая схема газоснабжения на востоке России.// М.: ОАО «Газпром», 2008.
4. ТЭК – важнейшая структура российской экономики.//Промышленность России. 1999 №3.

Подходы, модели и методы стратегического управления на промышленных предприятиях

И.Н. Яковлева, к.э.н.,

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Московской области
«Королевский институт управления, экономики и социологии»
г. Королев Московская область

Теория корпоративной стратегии в настоящее время накопила значительный пласт знаний для решения различных проблем бизнеса, однако существуют такие вопросы, которые изучаются уже долгое время и пока окончательная точка не поставлена. В процессе разработки стратегии, предприятия встают перед выбором того пути, который приведет их к долгосрочной цели. Данный выбор не является простой задачей: необходимо найти баланс между целями, которые ставят собственники, стратегическим мышлением, менталитетом менеджмента предприятия и предпринимательским риском.

Стратегия, стратегическое мышление, стратегические решения, экономическая модель, менеджмент предприятия.

Approaches, models and methods of strategic management in industrial plants.

I. Yakovleva, candidate of economic sciences,

State Institution of higher professional education of Moscow region
«Korolev Institute of Management, Economics and Sociology»,
Korolev, Moscow Region

The theory of corporate strategy at the present time, has accumulated a significant body of knowledge to solve various business problems, but there are questions that have been studied for a long time and until the final point is not set. In developing the strategy, the company faces the choice of the path that will lead them to long-term goal. This choice is not a simple task: to find a balance between the goals that put the owners, strategic thinking, the mentality of the company's management and business risk.

The theory of corporate strategy at the present time, has accumulated a significant body of knowledge to solve various business problems, but there are questions that have been studied for a long time and until the final point is not set. In developing the strategy, the company faces the choice of the path that will lead them to long-term goal. This choice is not a simple task: to find a balance between the goals that put the owners, strategic thinking, the mentality of the company's management and business risk.

Strategy, strategic thinking, strategic decisions, the economic model, the management company.

Предприятие в некотором роде теряет свою гибкость и свободу, когда вступает в договорные отношения с целью до-

стижения своей стратегии, поскольку значительные колебания рыночной ситуации могут оказать существенное влияние на

его рыночное положение, а невозможность быстро реагировать на внешние перемены может быть губительным. В то же время, если предприятие, остерегаясь потерять свою гибкость, резервирует значительные ресурсы, избегает долгосрочных обязательств, не разрабатывает детального плана реализации стратегии, то такое предприятие рискует вообще не достигнуть своих стратегических целей. Таким образом, встает ряд вопросов – разрабатывать или не разрабатывать детальные долгосрочные планы, связывать ли себя долгосрочными контрактами и обязательствами, в какой мере необходимо оставлять свободу действий? Решение этих вопросов невозможно без учета уровня стратегического мышления менеджмента компании, поскольку именно они будут обеспечивать реализацию стратегических планов и достижение целей. Неприятие менеджментом выбранного типа стратегии развития предприятия может привести к повышению эмоционального напряжения в коллективе, невыполнению намеченных планов, и, в конечном счете, к уходу менеджмента.

Как известно, существует множество моделей поведения человека, но наиболее известные из них в экономической теории:

- Экономическая;
- Изобретательная, оценивающая, максимизирующая.

Экономическая модель рассматривает менеджера как максимизатора капитала, т.е. поведение менеджера обусловлено только его желанием приумножить капитал. Однако эту модель нельзя рассматривать в чистом виде, поскольку на поведение менеджера не могут оказывать влияние только деньги. Наиболее реалистичной моделью можно назвать модель REMM (изобретательная, оценивающая, максимизирующая модель), которая предполагает, что все люди – мыслящие, заинтересованные в себе максимизаторы, но отрицает, что они заинтересованы только в деньгах. Люди также нуждаются в любви, уважении, во власти, взаимопонимании и

т.д. Сторонники данной модели утверждают, что при равнозначности всех прочих равных условий, люди поступают разумно с экономической точки зрения, выбирая наиболее выгодный в финансовом плане вариант. Отсюда вытекают две фундаментальные концепции:

- При принятии решений менеджеры должны руководствоваться только текущими и будущими величинами затрат и прибыли;
- Большинство менеджеров не расположено к риску.

Первая концепция подразумевает, что при принятии решений необходимо руководствоваться только добавочными затратами и прибылью, которые предположительно возникнут при принятии того или иного решения. Прошлые затраты в этом случае не важны. Вторая концепция предполагает, что большинство менеджеров не склонно к риску. Имея возможность инвестировать в два объекта, приносящих одинаковый доход, они инвестируют в тот, который имеет более низкий уровень риска. В соответствии с данной концепцией менеджер пойдет на больший риск только в том случае, если возможные прибыли несоизмеримо велики по сравнению с возможными потерями.

Вторая концепция представляется более подходящей для современных экономических условий, поскольку во времена экономической нестабильности, неопределенности и высокого риска внешней среды воздействия менеджер, как наемный работник, в большей степени озабочен сохранением своего рабочего места и стабильного дохода. Инвестиции, способные принести высокий уровень дохода, генерирует более высокий риск и в случае принятия неэффективного инвестиционного решения могут поставить под сомнение само существование предприятия, привести его к банкротству. Очевидно, что высший менеджмент будет весьма осторожно подходить к принятию серьезных инвестиционных решений и предпочтет более низкий доход, избегая высоких рисков негативного развития событий.

Вопрос поведения менеджеров в нестабильной окружающей среде изучается многими российскими и зарубежными учеными, выдвигаются различные гипотезы, разрабатываются концепции. По мнению И.Б. Гуркова можно сформулировать ряд вопросов, имеющих особую актуальность для российских предприятий [2]:

- Как принимаются стратегические решения?
- Как выполняются стратегические действия?
- Кто принимает стратегические решения?

Эти вопросы представляются крайне важными при анализе поведения предприятий в сфере финансово-экономических решений, поэтому рассмотрим их более подробно.

Что же представляют собой стратегические решения и как они принимаются? Можно отметить, что стратегические решения – это решения, которые оказывают самое непосредственное влияние на возможность достижения поставленных целей и задач на стратегический период и в целом на реализацию разработанной стратегии. Если стратегическое решение окажется неверным – это огромные потери для предприятия, их последствия очень сложно или невозможно исправить. В связи с этим очевидно, что подход к принятию стратегических решений должен быть весь серьезным: любые решения должны базироваться на тщательных расчетах, подробном анализе, учете косвенных расходов, учете доходности и риска и других факторов. Именно этот подход лег в основу рационального подхода к корпоративной стратегии. Его сторонники считают, что наиболее успешную стратегию разрабатывают те менеджеры, которые лучше владеют информацией и более успешно ее преобразовывают.

Существует и другой подход – интуитивный, который предполагает, что при принятии решений в большинстве случаев менеджеры руководствуются интуицией, что невозможно просчитать будущие проблемы и точно определить, где окажется

предприятие в будущем. Сторонники интуитивного подхода также отмечают, что любая проблема, стоящая перед предприятием, на самом деле является переплетением целого ряда проблем, а также причинно-следственных связей. Поэтому, по их утверждению, логический подход является идеализированным.

Действительно, рациональный подход отражает довольно упрощенное представление о бизнес-среде. Довольно сложно добиться высокой точности прогнозирования внешней среды даже при использовании самых совершенных техник прогнозирования. Однако нельзя отрицать необходимости сбора информации и качественного ее преобразования. Можно утверждать, что рациональный подход необходимо дополнять интуитивным, поскольку стратегические решения все же должны быть направлены на поиск новых действий, заострены на уникальности и неожиданности.

Рассмотрим второй вопрос: как выполняется стратегия? Большинство российских предприятий подходят к этому вопросу традиционно: выполнение стратегии – это реализация плана. План создает жесткую структуру, которая тяжело поддается изменениям, поскольку изменение любого из разделов плана потребует немедленного пересмотра всего стратегического плана, а это означает повторение полного цикла стратегического планирования со всеми вытекающими отсюда мероприятиями. По какому же алгоритму осуществляется стратегическое планирование на большинстве предприятий?

Как правило, на первом этапе ставятся цели для предприятия в целом, затем эти цели декомпозируются на подразделения предприятия, а те, в свою очередь, на более низкий уровень, и так до конкретного исполнителя.

На втором этапе формируются программы достижения поставленных целей. Далее разрабатывается долгосрочный план финансово-экономической деятельности, который включает прогнозные величины доходов и расходов.

На третьем этапе происходит уточнение бюджетов.

На четвертом этапе проводится мониторинг разработанной стратегии, а пятым этапом выступает подбор персонала и разработка программы его стимулирования.

Как считает И.Б. Гурков, разработка и реализация стратегии может быть представлена и в ином виде:

1. Стратегия может существовать как позиция – определяется желаемое положение предприятия относительно конкурентов, относительно желаемой доли рынка, его финансового положения и реализация стратегии сводится к поддержанию такого положения всеми возможными методами и способами. Понятно, что в данном случае жесткий стратегический план не разрабатывается.

2. У менеджмента предприятия могут быть в арсенале некоторые испытанные приемы, которые они применяют в той или иной ситуации. В этом случае стратегия сводится к системе приемов и методов. Предприятие сохраняет свою мобильность и подвижность, оно быстро реагирует на изменение окружающей среды, тем самым повышая свою конкурентоспособность.

3. Логический инкрементализм – при данном подходе предприятие разрабатывает стратегический план, но делает его достаточно общим, что позволяет в дальнейшем его корректировать. Таким образом, предприятие сохраняет мобильность при одновременном существовании плана, что в некоторой степени снижает напряжение среди менеджмента, более четко определяя цели и возможности маневренности для них.

Выбор того или иного подхода к реализации стратегии зависит от отрасли, в которой функционирует предприятие, от менталитета менеджмента и персонала и прочих факторов. К главному достоинству теории стратегического планирования можно отнести разработку конкретных целевых показателей достижения стратегических целей. Это позволяет четко

сформулировать цели, которые необходимо достигнуть, позволяет иметь четкое представление о степени выполнения поставленных задач на каждом этапе, а также дает возможность оперативно выявлять отклонения и осуществлять корректирующие действия. В то время как, например, при подходе «система приемов» стратегия не отражает конкретных числовых параметров.

К недостаткам можно отнести следующее: при изменении одной из программ стратегического плана приходится пересматривать весь план, т.к. все программы в рамках стратегического плана взаимосвязаны; необходимо быть совершенно уверенными в своих партнерах и конкурентах, предсказывать их реакцию на любые события, чтобы иметь возможность осуществлять жесткое планирование.

И, наконец, последний вопрос: кто принимает стратегические решения? Здесь мнения ученых – экономистов разделились. Если предположить, что разработка стратегии является полностью контролируемым процессом, то можно также предположить, что этот процесс определяется «сверху», то есть стратегическое направление задается лидером предприятия в соответствии с его видением. Лидер предприятия при данном подходе рассматривается как лидер в информационном, плановом и персональном аспекте. В соответствии с другим подходом, высшее руководство предприятия имеет ограниченную возможность влиять на выбор и реализацию стратегии. Чем менее формализована и стандартизирована процедура разработки и реализации стратегии, тем большее влияние на достижение успеха оказывают уникальные возможности персонала предприятия и соответственно первое лицо предприятия обладает меньшими возможностями как лидер в информационном, плановом и персональном аспекте. Адвокатом первого подхода (организационного лидерства) является так называемая «героическая школа» стратегических исследований. Согласно учению этой школы менеджмент рассматривается как

«лидерство в информационном, плановом и целесообразном проведении комплексных организационных действий».

Таким образом, наиболее существенной характеристикой стратегической ориентации менеджмента предприятия является особым образом построенная си-

стема управления, которая нацелена на превращение разрабатываемых на предприятии стратегий в текущие планы его производственно-хозяйственной деятельности. А разрабатываемая стратегия, в свою очередь, нацелена на достижение конкурентных преимуществ.

Литература:

1. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989.
2. Гурков И.Б. Стратегия и структура корпорации: учеб. Пособие. – М.: Дело, 2006. – 320с.
3. Прянишников Н.Н. Стратегическое управление фирмой в кризисных условиях //Дисс.канд.эк.наук – М.: 1999