

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РИСКОВ ПРОИЗВОДСТВА В КРИЗИСНЫЕ ПЕРИОДЫ

Максимчук Е.В., канд. экон. наук, доц.
*Белгородский государственный технологический
университет им.В.Г.Шухова*

В настоящее время многие организации, занимающиеся производством промышленной продукции и потребительских товаров, активно ищут пути снижения экономических рисков. Это связано с угрозой рецессии мировой экономики, что может отразиться и на российских производителях, а также с внутривнутриэкономическими рисками, определяемыми снижением темпов роста российской экономики. Известен способ снижения рисков путем диверсификации производственных инвестиций. Однако в настоящее время диверсификация инвестиций для снижения рисков производства и сбыта приобретает некоторые особенности, рассмотренные в настоящей статье.

Рассмотрим связанную диверсификацию, то есть новые инвестиции, которые расширяют имеющиеся точки приложения бизнеса. Связанная диверсификация, по общепринятым взглядам, делится на вертикальную, обусловленную увеличением производственных цепочек в сторону начала цикла или в сторону дистрибуции готовой продукции, и горизонтальную, обусловленную расширением линейки продукции.

Также отметим три этапа материального производства: первый стадия исходного природного сырья, второй – обработка сырья и изготовление товаров, третий – дистрибуция и доведение товаров до конечного потребителя. Далее рассмотрим диверсификацию по этим стадиям.

Горнодобывающие предприятия, как и сырьевые компании в целом, в общем случае имеют возможность использовать как горизонтальную, так и вертикальную диверсификацию производства. Например, железорудный карьер может начать продавать щебень, песок и другие материалы вскрышных пород. Угольная шахта не производит ничего кроме угля, однако может заняться обогащением угля до более высоких кондиций, или, в качестве примера вертикальной диверсификации, может сжигать часть добываемого угля и реализовывать электрическую и тепловую энергию.

По нашему мнению, в настоящее время необходимо обратить внимание на такой способ вертикальной диверсификации, как самообеспечение. В классической экономической школе считается, что экономически прогрессивным является разделение труда, при котором максимально углубляется специализация отдельных производств [1]. Однако в настоящее время небольшие мастерские и производственные цеха могут быть оснащены не хуже крупных специализированных предприятий, что делает самообеспечение экономически выгодным. Например, горнодобывающему предприятию имеет смысл максимально локализовать у себя работы по ремонту и восстановлению техники. Это направление диверсификации также позволяет экономить на транспортных издержках.

На втором этапе производства (первый и последующие переделы) возможно значительное количество способов и форм горизонтальной и вертикальной диверсификации. Однако, по нашему мнению, основные направления диверсификации должны в первую очередь предполагать меры по экономии и повышению степени использования исходного сырья, а также экономии энергии.

В развитых странах экономия сырья и использование вторичных ресурсов в настоящее время рассматривается не только как способ снижения издержек, но и как важную репутационную составляющую имиджевой политики крупных производственных компаний. В нашей стране, к сожалению, вопросы энерго- и ресурсосбережения не так актуальны, однако несомненно положительные изменения в вопросах ресурсосбережения, в частности, законодательно закреплён принцип обязательности энергосбережения при проектировании производственных объектов [2].

Другим аспектом экономии ресурсов при рассмотрении диверсификации производства как способа снижения экономических рисков является следующий. В настоящее время вследствие эмиссии денег мировыми центробанками ускоряется удорожание сырья, особенно углеводородов и электроэнергии. В таких экономических условиях преимущество получают компании, постоянно снижающие затраты сырья на единицу готовой продукции.

Наиболее распространёнными способами энергоэкономии является использование вторичного тепла от производственных процессов для выработки горячей воды и для отопления, брикетирование и утилизация отходов бумаги и древесины, а в офисных помещениях – установка в системах вентиляции теплообменников, нагревающих приточный воздух за счёт отводимого.

В качестве других мер диверсификации следует обратить внимание на удлинение производственных цепочек, как пример – на самостоятельное изготовление комплектующих вместо приобретения готовых.

Следует указать на такой из важных современных методов горизонтальной связанной диверсификации как необходимость максимального повышения наукоемкой доли добавленной стоимости на единицу продукции. Отмечено, что при нарастании кризисных явлений в экономике, особенно связанных с ускорением инфляции, инвесторы на фондовых площадках снижают риски путем вложения в акции IT-компаний. У компаний, производящих электронику, очень небольшие сырьевые издержки, что при удорожании сырья позволяет им в меньшей степени, чем компаниям других секторов экономики, повышать стоимость конечной продукции. В том числе затраты на сырье у softверных компаний практически нулевые, их издержки – стоимость трудовых ресурсов, которая в кризисные периоды практически не повышается. Поэтому диверсификация в сторону IT-производства особо выгодна в кризисные периоды.

Рассмотрим также диверсификацию на конечных стадиях производственных цепочек, а именно на стадии дистрибуции и доведения продукции до конечных потребителей. В кризисные периоды диверсификация на этой стадии состоит в продаже потребителям не только товара, но и комплекса связанных услуг – гарантийного и постгарантийного обслуживания сложных потребительских товаров (компьютеров, другой оргтехники, транспортных средств), возможно обучение потребителей, системы обмена товаров на последующие модели (так называемый трейд-ин), другие формы контакта с потребителем. В качестве примера отметим, что наиболее совершенную систему дистрибуции с привязкой потребителей к бренду продукта удалось создать американской фирме Эппл. Покупатель сотового телефона, плеера или планшетника этой марки чувствует себя частью некоторого потребительского сообщества, и такая привязанность потребителей позволяет компании многие годы удерживать высокую маржу без снижения спроса. В частности, только Эппл удалось наладить полноценный обмен сотовых телефонов на новые модели с доплатой.

Другие пути современной диверсификации на стадиях дистрибуции товара – создание сетей розничных распространителей, как это делают некоторые парфюмерные фирмы, развитие каталожной торговли или продаж по интернету.

Подытоживая изложенный материал, можно сделать вывод о необходимости для производственных компаний значительно интенсифицировать усилия по диверсификации в кризисные экономические периоды, причем на всех стадиях – исходного сырья, непосредственно производства и дистрибуции.

Список литературы:

1. *Сторчевой, М. А.* Основы экономики: учебник / под редакцией П.А.Ватника. СПб.: Экономическая школа, 1999. 432с. ISBN 5-900428-47-8
2. Постановление Правительства РФ от 16 февраля 2008г. №87 «О составе разделов проектной документации и требованиях к их содержанию»

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ СНИЖЕНИЯ НАЛИЧНОГО ДЕНЕЖНОГО ОБОРОТА

Максимчук Е.Ю., аспирант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

В конце марта 2012 года большинство мировых интернет-изданий растиражировали опубликованную в английской газете «The Daily Mail» статью, в которой говорится о планах правительство Швеции отказаться от наличного денежного оборота [1]. Подчеркнуто, что доля наличного оборота в этой стране в настоящее время не превышает 3%, в то время, как в США наличность составляет 7% оборота, а в Евросоюзе в целом – 9%.

В нашей стране многие официальные лица также высказывали мнение по проблеме снижения наличного оборота. Так в январе 2012г. об этом говорил министр финансов Антон Силуанов [2], а глава Сбербанка Герман Греф обращался в правительство с официальным письмом о необходимости снижения наличного оборота [3].

Рассмотрим некоторые организационные и экономико-социальные аспекты указанной проблемы.

Прежде всего, отметим интересный факт – то, что денежных оборот неуклонно будет переходить в безналичную форму и рано или поздно безналичные деньги полностью вытеснят наличные – поддерживается всеми официальными лицами и не оспаривается большинством экономически активного населения во всех странах. Это один из редких случаев консенсусного мнения в обществе. Однако скорость и интенсивность этих организационно-экономических процессов вызывает разные мнения и суждения.

В обзоре Банка России от 2011 года отмечается, что наличный оборот в нашей стране снижается, однако доля агрегата М0 все еще очень велика и в 2010 года составляла 25,3% в общей денежной массе М2 [4]. По данным Силуанова, в большинстве развивающихся стран доля М0 не превышает 15%, а в развитых, как указано выше – 7-10%. При этом доля наличных денег, используемых населением, гораздо выше – в 2010 году оплата наличными в розничном обороте товаров и услуг по данным Банка России составила 65,8%.

Общепризнано, что высокий оборот наличных денег влечет за собой явные негативные последствия. Во-первых, это затраты Центробанка страны на печатание новых купюр и чеканку монет, на их

распределение по регионам, на вывод из оборота ветхих купюр. Во-вторых, банки, в том числе государственные, а также торговые и иные предприятия тратят часть своих доходов на осуществление инкассации денег, в том числе пересчет, транспортировку, упаковку, охрану. Велики затраты банков на обслуживание банкоматов, в которых население обналичивает безналичные средства со своих банковских счетов. Определенных трудозатрат требует принятие кассирами наличности в магазинах, особенно в крупных торговых центрах с большим потоком покупателей. Также отмечается, что широкий оборот наличных денег способствует криминальным нарушениям, в том числе уходу некоторых граждан и мелких предпринимателей от налогообложения и в целом благоприятствует функционированию теневой экономики и повышает криминализацию определенных слоев общества. Греф считает, что из-за высокого уровня наличных платежей валовой продукт нашей страны теряет около одного процента, хотя и не обосновывает эту цифру достаточно убедительными данными.

Другим организационно-экономическим аспектом рассматриваемой проблемы является тот факт, что техническое развитие современных платежных систем позволяет отказаться от наличного оборота не только такой развитой в информационном плане европейской стране, как Швеция, но и нашей стране, хотя конечно в нашей стране этот переход потребует гораздо больших финансовых затрат. Возможно, поэтому наши официальные лица пока не ставят задачу полного отказа от наличных денег, а планируют значительное сокращение доли наличного оборота и доведение его до уровня развитых стран.

В крупных российских городах довести уровень развития сервисов безналичных платежей до ста процентов можно и в настоящее время, и уровень затрат будет вполне приемлем. С учетом того, что большинство мелких наличных платежей в крупных городах совершается в общественном транспорте и в мелкой рознице, можно, подобно тому, как это сделано в метро или московских автобусах, оснастить терминалами весь общественный транспорт, включая такси, а также все точки розничных продаж. Однако в российской «глубинке» этот процесс сталкивается с техническими трудностями – не секрет, что многие села в наших регионах не телефонизированы и вообще могут не иметь информационной инфраструктуры, крайне недостаточен уровень ее развития во многих районных центрах. Кроме того, для развития безналичных транзакций требуется современная инфраструктура электросвязи – построенные несколько десятилетий назад телефонные

станции и линии не позволяют обеспечить необходимую устойчивость работы сети.

Что же касается возможных проблем с осуществлением безналичных расчетов у пожилых людей вследствие их неумения обращаться с пластиковыми картами, то, по нашему мнению, этот аспект проблемы явно преувеличен. Развитие в стране сети интернет в последние годы показало, что многие пенсионеры охотно становятся абонентами и буквально за несколько часов получают основные навыки работы в сети, которые в дальнейшем успешно развивают самостоятельно, что позволяет сделать вывод и о их возможности научиться обращению с пластиковыми картами и считывать информацию с платежных терминалов.

Однако в вопросах развития безналичных платежей в нашей стране безусловно имеются аспекты, связанные с персональным поведением участников взаимоотношений, на которые официальные лица еще не обратили достаточно внимания. Эти аспекты связаны с неумышленными или умышленными ошибками работников магазинов и банков при осуществлении безналичных платежей, которые приводят к ошибочным или необоснованным списаниям средств с расчетных счетов клиентов.

Об уровне доверия пользователей к работникам систем безналичных платежей в стране свидетельствует такой интересный факт. Практически каждый активный пользователь систем безналичных расчетов в нашей стране пользуется услугой «Мобильный банк» и контролирует расходование средств со своих счетов путем получения sms-сообщений. В то же время в европейских странах пользование таким сервисом гораздо менее распространено, то есть уровень доверия населения к банкам и торговым сетям гораздо выше.

Кроме того, обладатель пластиковой расчетной карты несет дополнительные риски, связанные с возможным доступом злоумышленников к его персональным данным, связанным с незаконным считыванием их с карт или иными способами получения. Российские банки придерживаются практики полного отказа клиенту в признании факта незаконного списания средств с пластиковой карты, если при этом был правильно набран пин-код, и ссылаются на трактовку Банком России пин-кода как аналога собственноручной подписи клиента [5]. Недостаточная защита владельцев пластиковых карт от возможного мошенничества также препятствует распространению систем безналичных платежей.

Из рассмотренного материала можно сделать следующие выводы. Проблема сокращения наличного денежного оборота в нашей стране и доведения доли наличных платежей до уровней развитых стран важна и имеет большое значение для развития российской экономики. Вопросы, которые необходимо урегулировать для решения этой проблемы, в настоящее время известны и находятся в плоскости практического разрешения. В целом развитие систем безналичных платежей осуществляется поступательно, однако призывы официальных лиц к форсированию этих процессов вызывают обоснованные сомнения.

Список литературы:

1. <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=3693455>
2. <http://www.rg.ru/2012/01/19/dengi-site.html>
3. http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/263880/german_gref_priotiv_kesha
4. www.insor-russia.ru/files/Str_modern_Prii.pdf
5. <http://www.banki.ru/...me/?id=1395504>

УСТАНОВЛЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ МОДЕЛИ СТИМУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Медведь В. Ю., канд. экон. наук, доц.

Донбасская национальная академия строительства и архитектуры

Следствием возникновения и проявления угроз и рисков в региональном развитии становится проявления межрегиональных различий в экономическом развитии. Основу межрегиональных различий составляет «сложившаяся территориальная дифференциация является не только результатом неравномерности развития различных регионов в течение всего предшествующего исторического периода, но и, прежде всего, выступает следствием процессов ее непрерывного воспроизводства в современных условиях под воздействием ряда внешних и внутренних (региональных) факторов» [1, с.177]. Таким образом в настоящее время конкуренция регионов и региональная конкурентоспособность превращаются в весьма важный фактор регионального развития. Для того, чтобы исключить возможности деструктивного воздействия указанных факторов на региональное развитие требуется взвешенный подход не только к выбору наиболее важных конкурентных преимуществ и возможных конкурентных позиций, но и к отбору мер, направленных на их положительную активизацию.

Активная борьба с проявлением межрегиональных различий в экономическом развитии проводится правительствами многих стран. До последнего времени сложилось три модели преодоления этих различий. Первый вариант основывается на выравнивании уровней социально-экономического развития, второй вариант основан на государственной поддержке депрессивных регионов, в основе третьего варианта лежат усилия государства на поддержку более развитых регионов и за счет этого обеспечение роста страны [2, с.18].

На Украине официально принята доктрина выравнивания межрегиональных условий экономического развития, для чего весьма широко применяют межбюджетные трансферты и субвенции, за счет которых фактически происходит перераспределение бюджетных ресурсов. Однако на практике наблюдается искусственное торможение развития более прогрессивных территориальных образований. В то же время «если исходить из концепции регионального развития на основе стимулирования экономической активности в регионе с учетом значительного разнообразия экономического «ландшафта», то основной

задачей государственного управления должно стать формирование баланса сил развития в каждом отдельно взятом регионе. С одной стороны, следует создавать условия для развития хозяйственной активности населения региона, а с другой – компенсировать недостаток этой активности на данной территории» [3, с.44].

Под стимулированием регионального развития понимается использование соответствующих методов, направленных на обеспечение такого режима функционирования, при котором минимизируются издержки производства и максимизируется возможный доход, а также применение преференций и льгот для субъектов хозяйствования, оказывающих решающее влияние на темпы экономического и социального развития региона. Особенно важным стимулирование представляется для привлечения и использования инвестиций, ограниченность которых ощущается постоянно. Исходя из того, что «большая часть факторов, определяющих степень благоприятности инвестиционного климата, действует на региональном уровне, поэтому и политика стимулирования инвестиций в развитых странах является прерогативой местных органов власти» [4, с.7].

В условиях ограниченности инвестиционных ресурсов модель стимулирования развития регионов должна предполагать: концентрацию ограниченных государственных ресурсов на решение региональных проблем с учетом приоритетов пространственного развития страны и задач территориального развития, формулируемых местными органами власти; обеспечивать стабильность отношений между местными и центральными органами исполнительной власти в вопросах территориального развития; использовать принцип дополнительности, когда государственные ресурсы для решения региональных проблем рассматриваются как дополнительные к ресурсам, аккумулируемым регионом самостоятельно; устанавливать правовую ответственность как центральных, так и местных органов власти за исполнение взятых на себя обязательств по региональному развитию; внедрять партнерские, равноправные отношения между государственными органами власти и органами местного самоуправления в деле совместного решения задач территориального развития; осуществлять стимулирование региональных органов власти для эффективного использования средств с целью развития местных бюджетов; координировать деятельность государственных и местных органов власти по решению проблем территориального развития; сформулировать принципы и определить критерии определения территорий, которым присваивается статус депрессивных, отработать

порядок предоставления этого статуса, инструменты государственной и региональной поддержки этих территорий; определять финансовый механизм стимулирования территориального развития в условиях жестких бюджетных ограничений.

Решающим условием осуществления политики стимулирования регионального развития может стать его экономическое регулирование. В этой связи «в ряду наиболее общих достижений следует отметить концепцию системного регулирования такого развития применительно к изучению или (и) практическому решению важнейших проблем территориального управления в переходный период. Методологическую основу концепции составляют представления о «территориальном развитии» как о процессе укрепления или хотя бы стабилизации потенциала территории, сопряженном с ориентированными на социальные приоритеты системными преобразованиями (стремлением к структурной сбалансированности, созданием недостающих звеньев, преодолением деструктивности отдельных элементов, стимулированием внутри- и межрегиональных связей).

Стимулирование регионального развития обеспечивается посредством использования специальных инструментов, которые можно классифицировать следующим образом: экономические ресурсы, нормативно-правовые ресурсы, административные ресурсы. Кроме того, эти инструменты можно квалифицировать соответственно их специфических характеристик: стимулирующие и ограничивающие, прямые и непрямые, активные и пассивные. Например, «к прямым мерам стимулирования относятся: субсидии, льготные займы, налоговые льготы, в том числе за счет разрешения ускоренной амортизации. Основная особенность оказываемой помощи состоит в том, что она предоставляется однократно, а не в виде постоянной финансовой поддержки отдельным предприятиям. Такая помощь должна способствовать структурной перестройке, а не консервации нежизнеспособных предприятий» [5, с. 21]. Косвенные меры должны способствовать общему улучшению инвестиционного климата, что позволяет сокращать масштабы прямой финансовой помощи. Их основа – развитие широко понимаемой хозяйственной инфраструктуры: от дорог до подготовки рабочей силы. Можно выделить следующие меры: создание и модернизация локальной инфраструктуры, необходимой для функционирования различных отраслей хозяйства, развитие сети государственно инфраструктуры (представительств министерств, таможенные и пограничные переходы и пр.) непосредственно в избранном ареале или близ него, проведение научных исследований и

создание информационных систем и т.д. [5, с. 23]. Прямые инструменты территориального развития (нормативные акты) влияют только на симптомы проблемы, тогда как непрямые – чаще всего сдерживают или решают саму проблему.

Меры по стимулированию регионального развития основной своей целью предполагают улучшение инвестиционного климата. «...региональные власти должны рассматривать свои шаги по стимулированию деловой и инвестиционной активности, т.е. систему льгот и преференций, проекты развития инфраструктуры, совершенствование нормативно-правовой базы, повышение прозрачности своей деятельности (прежде всего, в налогово-бюджетной сфере и сфере общественных финансов в целом), политику в области образования и подготовки кадров, охраны окружающей среды, борьбы с преступностью и т.д., с точки зрения формирования благоприятного инвестиционного климата в регионе» [6, с. 116]. Обеспечив создание благоприятного климата в регионе, создаются предпосылки для успешного регионального развития, одним из направлений которого может выступать решение приоритетных задач.

Одним из направлений любой стратегии социально-экономического развития территории является стимулирование хозяйствующих субъектов территории, реализующих приоритетные стратегические задачи. В связи с этим необходимо выработать критерии ранжирования субъектов хозяйственной деятельности в зависимости от их участия в территориальном воспроизводственном процессе. В основе предлагаемого подхода лежит принцип сбалансированности потребления хозяйствующим субъектом услуг, финансируемых из бюджета, и степени его финансовых вложений на развитие территории [7, с. 128].

Таким образом, важной составляющей регионального развития выступает его стимулирование. Выбор конкретных форм и методов стимулирования развития регионов полностью зависит от возможностей привлечения необходимых инвестиций: если таких возможностей на региональном уровне недостаточно – выбираются соответствующие меры (прямого и косвенного) воздействия. При этом решающую роль в выборе мер отводится государству как главному участнику экономических отношений (особенно в условиях постоянного дефицита не только инвестиционных ресурсов отдельных субъектов хозяйствования, но и бюджетных ресурсов).

Список литературы:

1. *Польнев, А. О.* Межрегиональная экономическая дифференциация: методология анализа и государственного стимулирования / А.О.Польнев. – М.: Едиториал, 2003. – 208 с.
2. Регіональна політика: методологія, методи, практика /НАН України. Ін-т регіональних досліджень; Редкол.: відповід. редактор академік НАН України М.І.Долішній. – Львів, 2001. – 700 с.
3. *Огарков, А. А.* Концепция управления региональным развитием: интеграционный подход / А. А. Огарков //Экономика и управление. – 2006. – № 4 (25). – С.42-46.
4. *Маркова, Н.* Региональная политика как фактор устойчивого развития российской экономики / Н. Маркова, Т. Монахова //Федерализм. – 2004. – №2. – С. 5-20.
5. Региональная политика, направленная на снижение территориальных, экономических и социальных диспропорций в Российской Федерации: проект концепции // Регион: экономика и социология. – 2001. – №1. – С. 4-34.
6. *Клисторин, В. И.* Подходы к оценке инвестиционной активности в регионах России / В. И. Клисторин, Д. С. Сандер // Регион: экономика и социология. – 2003. – №1. – С. 113-32.
7. *Гафуров, И. Р.* Оценка экономического потенциала территории и эффективности мероприятий территориального стратегического программирования / И. Р. Гафуров // Регионология. – 2005. – №1. – С. 121-136.

КРИЗИС КАК ДВИЖУЩАЯ СИЛА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

**Мирошниченко Ю.В., канд. техн. наук, доц.,
Николаенко Л.П., преп.**

*Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета*

Современный этап экономического развития Украины обусловил формирование новых, специфических условий функционирования предприятий, которые характеризуются высоким уровнем неустойчивости и неопределенности. Критичность этой ситуации заключается в том, что отечественные предприятия не имеют достаточного опыта работы в условиях кризисных фаз циклического развития экономики и сталкиваясь с рядом новых проблем, чаще всего применяют подходы к их решению, основанные на опыте и знаниях советского периода, которые приводят к потере времени, на протяжении которого кризис успевает развиваться и привести к банкротству предприятия.

Системные, структурные кризисы, от которых страдают как отдельные предприятия, так и целые отрасли и сектора экономики, вынуждают разрабатывать и применять особые управленческие подходы, которые обеспечивают своевременное начало борьбы с феноменом кризиса. В связи с этим особое значение приобретает выделение антикризисного управления в отдельную область, развитие теории и практики которой являются необходимыми и актуальными.

Вопрос антикризисного управления предприятием не является новым. Значительный вклад в исследовании этой проблемы сделали такие украинские и российские научные работники, как И.Бланк, И.Василенко, Л.Лигоненко, О.Терещенко, А.Чернявский и другие. Однако анализ научных трудов свидетельствует о недостаточном уровне рассмотрения проблем антикризисного управления, в большинстве случаев они посвящены освещению вопросов оживления предприятий после или на грани банкротства, в то время как большое значение в современных условиях имеет своевременная и правильная оценка факторов, которые предопределяют возникновение кризиса и дают возможность предприятиям избежать кризисной ситуации. Проблема управления кризисными явлениями заключается в трудности определения самого понятия «кризис» ввиду его многогранности и системной сложности. Поэтому вектором для антикризисного

управления предприятия должно быть определение понятия «кризис на предприятии», причин его возникновения и основных его признаков.

Целью исследования является теоретическое обобщение особенностей современного кризисного состояния предприятия, выделение понятия кризиса, исследования причин его возникновения.

Для исследования понятия «кризис» проанализируем определение этого понятия различными авторами табл. 1.

Таблица 1

Определение понятия «кризис» некоторыми авторами

Автор	Определение
1	2
Р. Акофф	Кризис – это изменение тенденций жизнедеятельности системы, то есть нарушение ее стойкости, что радикальным образом ее обновляет
И. Ансофф	Кризис – резкий крутой перелом, тяжелое переходное состояние; острые проблемы с чем-нибудь, тяжелое положение
Л. Бартон	Кризис – это широкомасштабное, непредвиденное событие, которое ведет к потенциально негативным результатам и может нанести серьезный вред всей организации: работникам, продукции, связям, финансам и репутации
К. Ру-Дюфор	Кризис – нагромождение в организации или ее части потенциальных факторов, которые способны прекратить текущие и будущие операции предприятия, а также касаться индивидов и общество на физическом, психологическом и экзистенциальном уровне
Е. Коротков	Кризис – это критическое обострение противоречий в социально-экономической системе (организации), которая угрожает ее жизнестойкости в окружающей среде
П. Лагадек	Кризис – это столкновение с проблемами, которые выходят за привычные рамки; необходимость действовать в условиях отсутствия ориентиров, которые предоставляли смысл индивидуальным и коллективным действиям. Это чрезвычайная ситуация, которая сопровождается дестабилизацией

Продолжение табл. 1

1	2
Ю. Розенталь и Б. Пидженбург	Кризис – ситуация, обозначенная высокой опасностью, состоянием неуверенности, ощущением неотложности
К.Ф. Херманн	Кризис – это непредсказуемая, неожиданная ситуация, которая угрожает приоритетным целям организации при ограниченном времени для принятия решений
А. Чернявский	Кризис – это переломный этап функционирования любой системы, когда она поддается влиянию извне или изнутри, что нуждается от нее качественно в новом реагировании

Анализ существующих определений понятия «кризис», позволил обнаружить три основных подхода. Согласно первому подходу, кризис – этап жизненного цикла организации, то есть форма развития системы. Согласно второму подходу, кризис – это переломный момент в функционировании предприятия, это любая нестандартная ситуация, которая провоцирует любые изменения, в независимости от того, какой будет результат. Третий подход определяет кризис как ухудшения одного или чаще нескольких параметров функционирования предприятия, которое может привести к банкротству предприятия, его гибели. Таким образом, на основе изучения и обобщения подходов различных авторов относительно понятия кризис авторами предлагается следующее определение: «Кризис – это явление, характеризующееся нарушением параметров жизнедеятельности предприятия, которое в условиях отсутствия противодействия может привести к банкротству и гибели предприятия, является характерным для любого этапа жизненного цикла организации».

Кроме того, понятие «кризис» трактуется как позитивное, так и негативное, явление. При негативном отношении к кризису внимание уделяется именно разрушительному его влиянию на предприятие, в таком случае, кризис – это угроза существованию предприятия. Позитивное отношение к кризису предусматривает отношение к нему как к форме поступательного движения, которое приводит к оптимизации системы или к ее уничтожению в случае неспособности развиваться и адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды. Отличие трактовки в этом подходе имеет такую тенденцию: подход ученых, которые придают кризису позитивной или негативной окраски является полностью оправданным для стран со стабильной экономикой, где кризисное предприятие относительно легко может

возобновить равновесие за счет связей со стабильной внешней средой. Однако в современной отечественной экономике существует значительное количество дестабилизирующих факторов, которые трудно прогнозировать, что вынуждает рассматривать кризис не как возможность, а угрозу.

Успех или неудача менеджмента определяется степенью готовности менеджера фирмы к потенциальным угрозам и кризисным их проявлениям, наличием резервов, степенью дублирования, уровнем компетенции и опыта менеджеров, качеством профилактических мероприятий, эффективностью применяемых методов управления. Вышеуказанный перечень может варьироваться, но главным остается то, что основная задача антикризисного менеджмента заключается в недопущении появления кризисных ситуаций вообще, а в крайнем случае — в эффективной и быстрой их локализации и устранении.

Одним из важных факторов в достижении позитивных результатов и выхода из кризисной ситуации становится определение причин ее наступления. Для более глубокого осмысления сути рассмотренного явления — кризисной ситуации — представляется необходимым обнаружить источники и причины ее появления, а также факторы (хотя бы основные), которые в наибольшей степени влияют на организацию и ее систему управления.

"Причина" объясняется как "явление", которое вызывает (предопределяет) другое явление. При таком подходе можно конкретизировать причины возникновения ситуаций.

Причинами кризисных (проблемных) ситуаций могут быть факторы внутреннего и внешнего происхождения. Факторы внешнего происхождения: нарушение или неустойчивость существующих и новых социально-политических, хозяйственных, экономических, культурно-психологических образований и механизмов; структурные изменения в обществе и изменения политического свойства; социальные потрясения и мероприятия, проведенные профсоюзным движением; новые открытия и технологии; срыв сроков снабжения или недопоставка сырья, материалов, комплектующих изделий; аварии, техногенные и стихийные бедствия, а также другие катаклизмы экстраординарного характера.

Факторы внутреннего происхождения: конфликтные ситуации производственного и социально-психологического характера; нарушение правил охраны труда, техники безопасности и пожарной безопасности; расширение или сокращение деятельности организации; освобождение или прием новых работников; поломки машин и аварии

на производстве; стрессы, болезни и отпуска работников; ошибочные действия руководства в производстве, социальной политике и так далее.

В классической рыночной экономике, как отмечают зарубежные исследователи, для предприятий банкротов доля «взносов» внешних факторов составляет 1/3 части и внутренних - 2/3. Отечественные исследователи еще не провели подобную оценку, однако можно не без основания предполагать, что для Украины характерна обратная пропорция влияния этих факторов. Политическую и экономическую нестабильность, дерегулирование финансового механизма и инфляционные процессы, следует отнести к наиболее значительным факторам, которые ухудшают состояние кризисных предприятий.

Из вышеизложенного следует, что сегодня не существует единого подхода к определению понятия «кризис». Глубокое осмысление понятия «кризис» и источников его возникновения позволит более рационально выбирать методы и средства антикризисного управления, а также формировать адекватное отношение к данному явлению.

Исследование вышеприведенных факторов и параметров кризиса позволит углубить понимание кризиса как процесса, его закономерностей и тенденций развертывания и даст возможность более детально анализировать кризисные ситуации, которые возникают в деятельности разных субъектов хозяйствования, а соответственно и мероприятий антикризисного управления.

Список литературы:

1. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб. / З. Є. Шершньова, В. М. Багацький, Н. Д. Гетманцева; За заг. ред. З. Є. Шершньової. - К.: КНЕУ, 2007. - 680 с.
2. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник. - К.: ЦУЛ, 2003. - 504 с.
3. Кован С. Е. Теория антикризисного управления предприятием: учебное пособие / С. Е. Кован, Л. П. Мокрова, А. Н. Ряховская; под ред. М. А. Федотовой, А. Н. Ряховской - М.: КНОРУС, 2009 - 160 с.
4. Лигоненко Л.О. Антикризисное управление предприятием: Учебник. – К.: Киев. Нац. торг.-экон. ун-т, 2005. – 824 с.
5. Скібіцький О.М. Антикризовий менеджмент: Навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 568 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НАЛОГОВОГО ФЕДЕРАЛИЗМА ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА В РФ

**Мусаева Х. М., канд. экон. наук, проф.,
Иманшапиева М. М., аспирант**

Дагестанский государственный университет

На современном этапе инновационное развитие экономики Российской Федерации и ее модернизация являются одним из ключевых факторов активизации экономического роста. Внедрение основанных на достижениях научно-технического прогресса новых, передовых технологий особенно актуально в сфере малого бизнеса, поскольку именно малые предприятия выступают в качестве связующего звена между наукой и производством.

Мировая практика показывает, что малый бизнес играет важную роль в экономике индустриальных стран. Роль малого предпринимательства в основных параметрах развития нашей страны значительно ниже, относительно зарубежных стран. Масштабы развития малого предпринимательства по России в целом так и в РФ и его вклад в оздоровление экономики сегодня явно недостаточны и все ещё не соответствуют её мощному природно-ресурсному, научно-техническому и человеческому потенциалу. Так, вклад субъектов малого предпринимательства в производство ВВП, в России не превышает 17%, в то время как в США - 52%, в Японии - 55%, в среднем по странам ЕС - 67%, в Канаде – свыше 80%¹. На 1000 россиян приходится в среднем 7 малых предприятий, тогда как в европейских странах их число составляет не менее 30. В этой связи, можно утверждать, что методы государственного регулирования субъектов малого предпринимательства в условиях РФ применяются недостаточно эффективно.

Необходимо отметить, что на пути экономического развития малого бизнеса в России имеется множество проблем. Важнейшие из них: недостаточность начального капитала и собственных оборотных средств, трудности с получением банковских кредитов, сложности с

¹ Динамика развития малого бизнеса в регионах России в 2010 г. // Ежеквартальный информационно – аналитический доклад. НИСИПП, апрель, 2011.С.13.

получением помещений и высокая арендная ставка, давления со стороны чиновников, нехватка квалифицированных кадров-менеджеров, бухгалтеров, рабочей силы, высокое налоговое бремя и другие причины.

Существенным фактором, сдерживающим развитие субъектов малого предпринимательства, в современной России является действующая *система налогообложения*. От эффективности механизма налогообложения зависят стабильность функционирования малых предприятий, их инвестиционная привлекательность. Воспроизводство малого и индивидуального предпринимательства невозможно без адекватного ему налогообложения. При всей важности налоговой реформы и ее позитивности формирование рациональной системы налогообложения субъектов малого предпринимательства в современных условиях является недостаточно отработанной областью налоговых отношений.

Налогово-бюджетные взаимоотношения между федеральным, региональными и местными органами власти являются одним из ключевых факторов обеспечения роста и развития экономики РФ. Сохранение целостности страны, стабильности и управляемости социально – экономической сферой, устранения последствий мирового экономического кризиса, во многом зависит от решения проблем оптимального соотношения федерального бюджета, региональных и местных бюджетов².

Проблема разграничения полномочий между федерацией, субъектами Федерации и местными органами власти является определяющей при становлении бюджетно-налогового федерализма. Россия относится к асимметричным федерациям. Асимметричность федерации не означает отступления от принципов федерализма. Когда такая асимметричность вызвана объективной необходимостью, это обязательное условие для сбалансированности интересов ее субъектов, а значит и для сохранения единства федеративного государства

Оптимальное распределение налоговых поступлений от специальных режимов налогообложения субъектов малого предпринимательства в бюджеты различных уровней является одним из условий создания эффективного механизма налогового регулирования на современном этапе экономики РФ.

² Алиев Б.Х., Мусаева Х.М. К вопросу о развитии налогового федерализма в РФ: проблемы и перспективы. //Финансы и кредит 2009. - №36 (372). – С.6-8.

Распределение налогов, поступающих от субъектов малого предпринимательства по видам бюджетов, остается одной из наиболее острых проблем в их взаимоотношениях с государством³. В период с 2008-2009 гг. пропорции распределения поступлений средств от специальных налоговых режимов налогообложения субъектов малого предпринимательства выглядели следующим образом: УСН - 90% в бюджет субъектов, ЕНВД - 90% в местный бюджет и в государственные внебюджетные фонды 10% (ФОМС - 0,5%; ТФМС – 4,5%; ФСС – 5%).

В соответствии с Бюджетным Кодексом РФ с 1 января 2010 г. изменились нормативы распределения поступлений от специальных режимов налогообложения по уровням бюджетной системы. Это было связано с отменой ЕСН, от которого освобождались налогоплательщики специальных режимов и уплачивали 10% государственные внебюджетные фонды. В настоящее время пропорции распределения поступлений от специальных режимов налогообложения от субъектов малого предпринимательства по уровням бюджетной системы выглядят следующим образом: УСН - 100% в бюджет субъектов, ЕНВД - 100% в местный бюджет (в бюджет муниципальных районов).

Согласно закону РД от 3 февр. 2011 г. о внесении изменения в ст. 1 Закона РД «Об установлении единых нормативов отчислений в бюджеты муниципальных районов (городских округов) от республиканского налога, налогов, предусмотренных специальными налоговыми режимами, подлежащих зачислению в республиканский бюджет Республики Дагестан» нормативы отчислений в бюджеты муниципальных районов (городских округов) от республиканского налога, налогов, предусмотренных специальными налоговыми режимами, подлежащих зачислению в республиканский бюджет Республики Дагестан установлены в размере 100%.

Автор согласен, что основная часть налогов должна поступать в региональные и местные бюджеты, так как малое предпринимательство направлено в первую очередь на удовлетворение потребностей регионов. Однако, на наш взгляд необходимо часть поступлений от специальных режимов налогообложения от субъектов малого предпринимательства перечислять в федеральный бюджет – 10%, так как в рамках специальных режимов малые предприятия освобождаются

³ Бюджетная система России. / Под редакцией Б.Г. Поляка - М.: ЮНИТИ-ЛАНФ, 2011 – с.123.

от ряда федеральных налогов, а ведь именно из федерального бюджета в настоящее время выделяются огромные средства для поддержки малого бизнеса, в виде дотаций и субсидий. Также на наш взгляд поступления от УСН необходимо зачислять и в бюджеты поселений (45%). При этом предлагаемая схема распределения налоговых поступлений в результате применения специальных режимов представлена в таблице 1.

Таблица 1

Нормативы отчислений в бюджеты разных уровней по налоговым поступлениям от УСН и ЕНВД*

	До 2011 г		С 2011 г		Предлагаемая схема		
	УСН	ЕНВД	УСН	ЕНВД	УСН	<i>УСН патент</i>	ЕНВД
Федеральный бюджет	-	-	-	-	10%	10%	10%
Бюджеты субъектов федерации	60%		100%		45%	-	-
Местные муниципальные бюджеты		60%		100%	-	90%	90%
Бюджеты поселений	30%	30%	-	-	45%	-	-
Внебюджетные фонды, в т.ч.:	10%	10%	-	-	-		-

*Составлена автором по данным нормативно-законодательных актов РФ и РД

На наш взгляд необходима передача в местные бюджеты «значительной или даже большей части поступлений доходов от продажи патентов». Так как, стимулирующие и мотивирующие факторы для развития локальной экономики появляются и у органов власти, и у предпринимателей. Местная власть заинтересована в пополнении муниципального бюджета, налицо стимул – суммы поступлений от патентов.

Передача доходов от патента на уровень местных бюджетов, будет способствовать заинтересованности органов местной власти в развитии малого бизнеса, в своевременном и широком информировании индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность на территории соответствующего муниципального образования, о

введении и преимуществах патента, позволит выявлять проблемы правоприменительной практики и т.п.⁴. Увеличение местных бюджетов за счет передачи им налоговых доходов от применения патентов также позволит органам местного самоуправления расширить сферу финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства, что является немаловажным в период устранения последствий финансово-экономического кризиса.

России необходимо избрать ту степень самостоятельности региональных и местных властей, которая отвечает условиям целостности государства. Однако, в условиях преодоления последствий мирового финансово – экономического кризиса и реализации налогового федерализма самостоятельность местных бюджетов должна быть реальной, а не декларативной. При этом расширение реальной налоговой самостоятельности субъектов Федерации должно сопровождаться одновременным повышением их ответственности за эффективное использование налогового потенциала, обеспечения единства налогового пространства и соблюдения федерального законодательства. Предлагаемые нами меры не меняют действующей в России системы налогообложения, а дают возможность использовать внутренний финансовый потенциал малого бизнеса для дальнейшего развития данного сектора региональной экономики.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации.-М.; «Омега-л», 2012.
2. Бюджетная система России. / Под редакцией Б.Г. Поляка - М.: ЮНИТИ-ЛАНФ, 2011 – с.123.
3. Динамика развития малого бизнеса в регионах России в 2010 г. // Ежеквартальный информационно – аналитический доклад. НИСИП, апрель, 2011.С.13.
4. *Мельник, А. М.* Малый бизнес и региональное развитие в индустриальных странах.- М.; 2007. – С.150.
5. Налоги, налогообложение и налоговое законодательство / Под ред. Е.Н. Евстигнеева – СПб, 2010 – с.14-17.
6. Официальный сайт Общероссийской общественной организации «Опора России»: www.opora.ru. URL: <http://www.opora.ru/>
7. Официальные данные сайта ФНС РФ: www.nalog.ru. URL: http://www.nalog.ru/nal_statistik/statistic/budjet/ (дата обращения 12.08.2011)

⁴Данные официального сайта Общероссийской общественной организации «Опора России»: www.opora.ru

РОЛЬ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Мухаметова А.Д., аспирант

Бакирский государственный университет

Центральной проблемой современного мира является повышение эффективности использования всех имеющихся, в том числе человеческих, ресурсов.

Как в условиях плановой, так и рыночной экономике исследование потенциала экономических систем является сложным и многогранным. Категория потенциала в экономической науке занимает не менее важное место, чем такие фундаментальные категории как труд, земля капитал, стоимость и др.

В последние десятилетия предметом исследования ученых-экономистов стал кадровый потенциал. Изучение его имеет большое не только экономическое, но и социальное значение. Решение названной проблемы усложняется, прежде всего, в связи с отсутствием однозначного понимания кадрового потенциала, его сущности и содержания как в отечественной, так и зарубежной практике. По нашему мнению, причиной тому может быть, во-первых, кадровый потенциал – это сложная, многоаспектная, многомерная система; во-вторых, - это социально-экономическая категория, которая была введена в научный оборот относительно недавно и еще недостаточно изучена; в-третьих, несопоставимость зарубежной и отечественной терминологии.

Кадровый потенциал как более широкая и собирательная категория представляет экономическую форму рабочей силы в ее качественном проявлении в определенных условиях и времени. Кадровый потенциал зависит от целой совокупности потенциалов: демографического, интеллектуального, образовательного и др.

Изучение сущности кадрового потенциала, подходов к толкованию его категории позволяют дать определение.

Кадровый потенциал региона – сложная система, доминантой которой является человек, состоящая из множества разнообразных подсистем и совокупности элементов, имеющая иерархическую подчиненность и зависимость, и выполняющая главную функцию – трудовую деятельность.

Более глубокое изучение кадрового потенциала позволило выделить четыре его вида: реальный, резервный, перспективный, латентный (скрытый).

Реальный кадровый потенциал (используемый в данное время) ориентирован на фактическое использование человеческих ресурсов в производственном или ином процессе в определенных условиях и во времени.

Резервный кадровый потенциал – это ресурс трудового потенциала, не вовлеченного в данный момент в активную экономическую деятельность, но при необходимости может быть использован.

Перспективный кадровый потенциал – это неиспользованные и предполагаемые возможности, способности и талант человеческого потенциала, которые обусловлены современным развитием экономики и общества.

Латентный кадровый потенциал – часть трудовых ресурсов, вовлеченных в деятельность теневой экономики.

По нашему мнению, такая дифференциация кадрового потенциала имеет принципиальное значение при его исследовании: дает возможность определить цель исследования; ориентирует на конкретный объект исследования, например, возрастную характеристику, структурную единицу; обуславливает возможность исчисления и прогнозирования количественной и качественной характеристики как всего кадрового потенциала, так и отдельной его структурной единицы; упреждает вовлечение определенной доли кадрового потенциала в теневую экономику; представляет объективную картину использования кадрового потенциала региона.

На наш взгляд, в целях воздействия на конкретные проявления кадрового потенциала можно выделить его виды по территориальному признаку: внешний, национальный, региональный, местный.

Внешний кадровый потенциал включает трудовые ресурсы, которые сформированы за пределами страны (региона) и использованы в отечественном производственном и ином процессе. В основном в нашей стране названный потенциал складывается из низкоквалифицированной рабочей силы, пребывающей из бывших союзных республик. По оценкам Всемирного банка в России проживают 12,2 млн. мигрантов, что составляет 8,6 % от населения страны. По своему социальному составу трудовая миграция – это в основном чернорабочие, меньшая часть – мелкие предприниматели.

Национальный кадровый потенциал предназначен для удовлетворения потребностей в рабочей силе национальной экономики

и регионов. Приведем некоторые данные, касающиеся проблем формирования кадрового потенциала страны. Для реализации программ модернизации экономики и общества страны нужны образованные люди: ученые, исследователи, высококвалифицированные специалисты для разных сфер деятельности. Решить указанную проблему в ближайшей перспективе не представляется возможным. Как отмечает Е. Примаков на постоянной основе работают 900 тыс. российских ученых и научных сотрудников в США, 150 тыс. – в Израиле, 100 тыс. – в Канаде, 80 тыс. – в Германии, 35 тыс. – в Великобритании, 25 тыс. – в Китае, около 3 тыс. в Японии. Возвращение их не является перспективным. Региональный кадровый потенциал формируется из трудовых ресурсов федерального субъекта, объединенных общей культурой, историей, этнографией и проживающих на территории, имеющей определенные границы.

Местный кадровый потенциал – это часть трудовых ресурсов, находящихся в распоряжении муниципального субъекта, складывающихся из потенциалов предприятий, организаций, фирм.

В целях эффективного воздействия на кадровый потенциал необходимо упреждать его негативные изменения, а также корректировать ту или иную составляющую. Для этого предназначен процесс прогнозирования, предметом которого могут быть ситуации в объекте, обществе и характеристика (качественная и количественная) кадрового потенциала.

В настоящее время кадровый потенциал сильно подвержен влиянию многих факторов, в числе которых научно-техническая революция (НТР). В связи с этим возникает необходимость постоянно исследовать и корректировать наличие и воспроизводство трудовых ресурсов любого уровня в целях достижения эффективной реализации народнохозяйственных проблем.

Под влиянием НТР и научно-технического прогресса (НТП) коренным образом меняются требования к работнику. В результате широкомасштабной механизации, автоматизации, компьютеризации во всех сферах деятельности человека физический труд, уступает место умственному труду, т.е. НТР обуславливает качественное развитие не только совокупности производительных сил, но и самого работника. Главное – уменьшается доля тяжелого физического труда, который перекладывается на «плечи» роботов и манипуляторов и другой техники. Устраняется опасный и монотонный труд путем внедрения гибких производственных систем, а также роботов. В результате этого повышается не физическая нагрузка на работника, а интеллектуальная и

эмоциональная. Вместе с тем возрастает ответственность работника за ошибки в труде, увеличивается его напряженность, повышаются требования к эмоциональной устойчивости. При внедрении сложной с высокой степенью автоматизации техники и технологии, организованной по последнему слову науки, повышаются требования как общеобразовательному уровню, так и специальным знаниям.

С усилением взаимосвязи науки с производством, в целях перестройки всего технического базиса, форм организации и управления, требуются новые специалисты с рыночным мышлением, высоким уровнем специальной подготовки: менеджеры, маркетологи, экспериментаторы, исследователи и др. Коренным образом меняется роль человеческого фактора, порой от одного человека зависит многое, а последствия в просчетах велики: гибель людей, техногенные катастрофы и т.п.

Работнику трудно адаптироваться к быстро изменяющимся условиям производства. При высокой степени концентрации были «гиганты-заводы», а в настоящее время «мини-заводы», где концентрация достигается интегрированием со специализацией, что ведет к современному комбинированию, усложняется технологический процесс, оборудование.

Внедрение достижений НТП, с одной стороны, ведет к значительному сокращению рабочей силы, высвобождению ее из сферы производства, а с другой – НТП не только ликвидирует рабочие места, но и создает их. Возникают новые технологические линии, производства, заводы, целые отрасли (автомашиностроение, производство компьютеров и иной цифровой техники, новые сферы занятости), производится самая разнообразная продукция. Как видно, результаты внедрения достижений НТР имеют две стороны. По этому поводу ученые развернули дискуссию. Бесспорно, весь смысл НТР состоит в том, чтобы физически тяжелую, опасную, вредную и монотонную работу выполняла новейшая постоянно совершенствующаяся техника, повышая при этом эффективность человеческого труда. На наш взгляд, поскольку имеется два противоположных взгляда на НТР, то требуется управлять этим процессом.

Очевидно, что в условиях НТР меняется представление о трудовых ресурсах, трудовом и кадровом потенциале, а также о формировании совокупного предложения рабочей силы, занятости, безработице, о социальной жизни общества в целом.

Воздействие НТР предполагает наличие адекватной рабочей силы с высоким общеобразовательным и профессиональным уровнем подготовленности. В связи с этим, рассмотрим положение дел в исследуемом объекте – Республике Башкортостан в 2010 г.

Высшее (полное и неполное) профессиональное образование имеют 22,7%, среднее профессиональное образование – 27%, начальное профессиональное – 28,7%, т.е. доля квалифицированных работников составляет 78,4%, что в 3,6 раза больше, чем неквалифицированных. При этом доля работников с высшим образованием составляет лишь одну пятую, этого недостаточно для решения региональных проблем.

В условиях поставленных целей модернизации происходит конкретизация предметов исследований, следовательно, одним из приоритетных ее объектов должен стать кадровый потенциал региона. В центре его – человек, личность с многообразием связей и отношений не только в трудовой деятельности, но и жизни. В заключении отметим, что изучение кадрового потенциала в современных условиях имеет большое значение, т.к. одним из условий устойчивого развития любой экономической системы является научное обоснование способов и путей формирования, в том числе кадрового потенциала, который необходимо постоянно изучать и управлять процессом его формирования и функционирования.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

**Невертий А.С., канд. экон. наук, доц.,
Вахрушева А.В., студент**

*Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета*

Эффективность управления во многом зависит от используемой при этом организационной структуры. Под организационной структурой обычно понимается совокупность элементов организации (должностей и структурных подразделений) и связей между ними. Связи между должностями и структурными подразделениями могут быть либо вертикальные (административно-функциональные), по которым протекают административные процессы принятия решений, либо горизонтальные (технологические), по которым протекают процессы выполнения работ.

Конечная цель менеджмента — сделать организацию результативной и эффективной в ближайшей и долгосрочной перспективе. Для этого руководитель должен выполнять четыре функции: производство результатов, администрирование, предпринимательство и интеграцию. Каждая из них необходима, а в совокупности они достаточны для успешного управления.

Ицхак Адизес в своей книге «Идеальный руководитель: Почему им нельзя стать и что из этого следует?» [1-3] утверждает, что один человек не способен владеть всеми функциями, необходимыми для эффективного руководства организацией. У каждого руководителя есть личный стиль управления, который определяется доминирующими чертами его характера: один — скрупулезен и педантичен, другой — находчив и изобретателен, третий — деловит и практичен, четвертый — уклончив и обходителен. Опираясь на свой многолетний опыт изучения этой проблемы во многих странах мира, И. Адизес утверждает, что даже лучшие лидеры компаний не могут блестяще выполнять все четыре функции. Одни менеджеры прекрасно разрабатывают концептуальные планы и идеи, но не способны отслеживать детали их реализации. Другие — талантливые интеграторы; они чутки, умеют поставить себя на место другого, однако не в состоянии принимать трудные решения. Это объясняется очень просто: четыре функции нельзя считать взаимоисключающими, однако они несовместимы в краткосрочном аспекте, т. е. одна мешает выполнению другой. И. Адизес делает вывод:

менеджмент — слишком сложный процесс, чтобы с ним мог справиться один человек. Идеального менеджера просто не существует в природе. Чтобы организация была эффективной в ближайшей и долгосрочной перспективе, ею должна руководить команда менеджеров, состоящая из людей с взаимодополняющими стилями управления и место «идеального руководителя» должна занимать взаимодополняющая команда менеджеров, каждый из которых в совершенстве выполняет (владеет) одним или двумя стилями управления, а другими владеть на базовом уровне.

И. Адизес обосновал и подробно описал основные стили управления, которые является комбинацией четверых функций: **Producing results** - производство результатов, ради которых существует эта организация и которые определяют ее результативность, **Administrating** - администрирование, которое обеспечивает эффективность; **Entrepreneuring** - предпринимательство, которое обеспечивает управление изменениями и **Integrating** - интеграция, объединение элементов организации для обеспечения ее жизнеспособности в долгосрочной перспективе. В зависимости от стиля управления код руководителя может быть: производитель (или герой-одиночка) - *Paei*, администратор (или бюрократ) - *pAei*, предприниматель (или поджигатель) - *paEi* и интегратор (или горячий сторонник) - *paeI* (заглавная буква означает, что функция развита лучше других) [1-3].

Производитель *Paei* - это отданный своему делу квалифицированный специалист, который работает старательно и плодотворно. Он продает, проектирует, управляет производственной системой или занимается исследованиями. Он всегда доводит дело до конца. Производитель испытывает сильнейшую потребность в том, чтобы добиваться цели. Ему хочется получить вознаграждение немедленно. Управлять для него - выполнить задачу, довести дело до конца. Люди для него - лишь средство достижения цели. Он не обращает внимания на них чувства и нужды. *Paei*- руководитель поглощен деталями и не умеет мыслить глобально. Нередко он увязает в деталях, выпуская из внимания ситуацию в целом. Он занимается мелочной опекой, не давая людям самостоятельности. Бросает все силы на решение тактических вопросов и забывает о важных стратегических решениях. Производитель препятствует изменениям, потому что перегружен работой и у него нет времени внедрять инновации или хоть бы быть в курсе новинок. В то же время он готов примириться с изменениями, если они дают быстрые результаты.

Администратор *paEi* - следит за тем, чтобы система своевременно делала правильные шаги, и делала это в нужной последовательности и с необходимой интенсивностью. Уделяет внимание деталям, организывает процесс и следит за тем, чтобы персонал следовал установленным методам и процедурам. Администратор методичен и любит, чтобы рабочая среда была продумана и хорошо организована. С первого взгляда видит проблемы, заложенные в идее. Он очень организованный и беспокоится о том, чтобы работа была выполнена до конца.

Предприниматель *paEi* - делает организацию результативной в долгосрочной перспективе, анализирует изменения внешних условий, значимых для организации. Разрабатывает планы и определяет образ действий. Творческая личность, способен видеть новые направления и изобретать стратегии. Он должен уметь опережать события и предугадывать будущее, чтобы подготовить организацию к грядущим изменениям. Это означает, что он готов рисковать. Предприниматель знает, чего он хочет и почему. Он креативный, у него всегда есть цель. У него есть идея, замысел, и он способен трансформировать эту идею в достижимые результаты. Его креативность направлена на то, чтобы сделать результат реальностью.

Интегратор *paEi* - формирует культуру организации, а культура объединяет людей. С точки зрения интегратора, мы работаем не как группа индивидов, а как команда. Интегратор хочет обеспечить бесперебойное функционирование системы, налаживая отношения между людьми. Он умеет слушать и помогает людям внести свой вклад в общие идеи. Интеграция преобразовывает индивидуальное предпринимательство в групповое. Она помогает принять решение, которое пользуется поддержкой тех, кто его внедряет, и тех, для кого значимы его результаты. Интеграция формирует атмосферу, систему моральных и поведенческих норм, которые содействуют общей работе, тем самым обеспечивая взаимозаменяемость людей.

Укомплектовать организацию хорошо подготовленными, всесторонне развитыми менеджерами, чьи стили дополняют друг друга, — менеджерами, которые не имеют прочерков в коде (PAEI), соответствуют занимаемым должностям и превосходно работают в команде, — еще не значит сделать организацию хорошо управляемой. Это отправной пункт и необходимое, но недостаточное условие. Чтобы привлечь и поощрять носителей взаимодополняющих управленческих стилей, организация должна иметь соответствующую структуру. Структура организации определяется сложной формулой, уникальной

для каждой компании. Она должна учитывать самые разные факторы: ассортиментную структуру продукции, сегменты рынка, географическое положение, доступные управленческие ресурсы, требования рынка к интенсивности инноваций, а также этап жизненного цикла организации. Структура организации должна разумно определять круг обязанностей, степень свободы при принятии решений и распределение вознаграждений для носителей (P), (A), (E) и (I)-стилей, поскольку в каждом отдельном случае требуется разный тип ответственности, разная степень свободы при принятии решений и разная структура вознаграждения.

Авторы статьи в своем исследовании сделали попытку применить теорию И. Адизеса для построения эффективной организационной структуры торгового предприятия – одной из крупных сетей супермаркетов Украины. Предложенные разработки могут быть применены для других торговых предприятий.

Цель исследования состоит в том, чтобы разработать рекомендации по назначению на руководящие должности носителей тех стилей управления (РАЕI), которые в наибольшей степени соответствуют должности, функциональным обязанностям и требуемым результатам, с тем, чтобы получить максимальную отдачу от природных способностей человека, правильно осуществлять процесс поиска, найма и назначения работников. Решение этой задачи позволит повысить эффективность действующей оргструктуры, улучшить коммуникации, оптимизировать внутренние бизнес-процессы и повысить эффективность деятельности организации в целом.

На рис. 1 представлена организационная структура сети супермаркетов. Структура 4-х уровневая: топ-менеджмент – региональное управление – управление «кустом» - управление магазином. На рис. 1 для каждой должности указан рекомендуемый код стиля управления. Заглавные буквы означают доминирующий стиль. В некоторых случаях указаны две заглавные буквы – это означает, что у претендента на должность должны быть в достаточной степени развиты эти два стиля управления. Однако это большая редкость и найти кандидата на должность с такими параметрами может быть очень сложно, поэтому на рис. 1 в скобках указан приоритетно-доминирующий стиль для этой должности. При подборе кандидатов на эту должность этот стиль управления должен учитываться в обязательно порядке, а второй по важности стиль рекомендован для более эффективного выполнения задач и функциональных обязанностей.

Таким образом, в данной работе было установлено, что для того чтобы организация была конкурентоспособна на рынке и работала эффективно и результативно, во-первых, надо разрабатывать действенную организационную структуру управления, и, во-вторых, при наполнении разработанной оргструктуры конкретными работниками учитывать при их отборе и назначении личные **PAEI-кода**, которые определяются на основе тестирования. Сформированная таким образом оргструктура

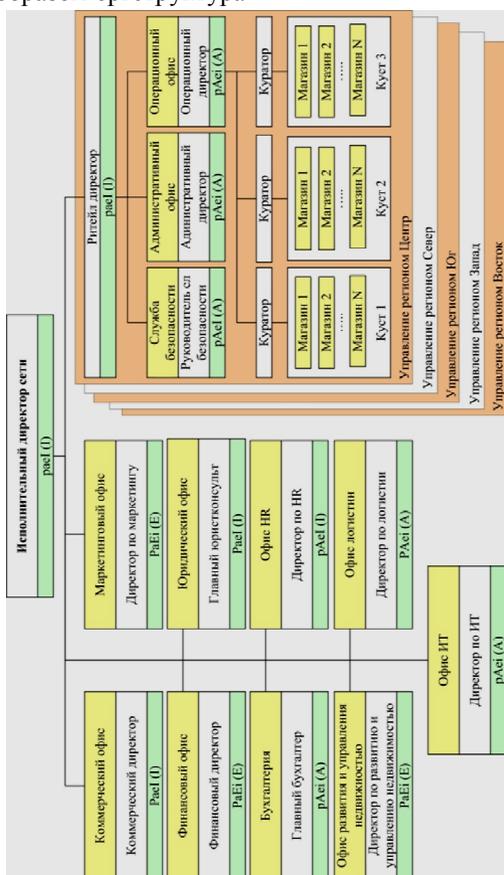


Рисунок 1 – Структура управления сетью супермаркетов

управления, позволит в наибольшей степени и с максимальной результативностью решать задачи и достигать поставленных целей, как оперативных так и стратегических.

Правильный **PAEI-подход** к внедрению влияет на качество менеджмента и определяется: 1) результативностью решений и 2) эффективностью внедрения. Это чрезвычайно сложный процесс. Успешный менеджмент — это демократия при принятии решений и диктатура при их внедрении. Такой подход И. Адизес назвал «демократурой» [1-3].

Список литературы:

1. *Адизес, И.* Идеальный руководитель: Почему им нельзя стать и что из этого следует / Ицхак Калдерон Адизес ; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 262 с.
2. *Адизес, И.* Стили менеджмента — эффективные и неэффективные / Ицхак Калдерон Адизес ; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. — 199 с.
3. *Адизес, И.* Развитие лидеров: Как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей / Ицхак Калдерон Адизес; Пер.с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. — 259 с.

METHODOLOGY OF SCIENTIFIC WORKS

¹Nedeljković, M.,

²Šćekić, Dr V.,

³Vasev, MA B.,

Faculty for strategic and operational management, Belgrade, Serbia

Abstract: A difference between a professional and scientific work is often not noticed. The main difference between scientific research and professional work is that in scientific research, in order to solve a problem, one must set a hypothesis. In addition, after the research, using appropriate research methods, the proof along with the confirmation or rejection of the hypothesis must be stated, which is not the case for a professional work.

Keywords: research, science, methodology, results.

INTRODUCTION

The task of science is to determine the regularity and legality in the series of phenomena that occur in nature, society and man himself. To find relations among phenomena that are the subject of a study, science has to collect a large amount of data and facts, to describe, classify, explain, interpret them and perform appropriate conclusions. The study is a systematic, critical, controlled and repeatable process of acquiring new knowledge necessary for identifying, defining and solving scientific problems. It can be scientific, theoretical and empirical where the base is research.

CHARACTERISTICS OF SCIENCE

Definitions of science are many, "qout capita, tot sententiae" (As many heads, so many opinions), / 1 /. Hilf says that science, in general, includes both the pursuit of new knowledge in research and the review of the already set learning. By analyzing the definitions of science it can be concluded that: Science is trying to find and prove the truth. Key characteristics of science are: / 3 / 1. Everything that is stated in science has to be precise and clear; 2. Scientific conclusions must be explained and linked with other knowledge. Rabindranath Tagore, Indian writer (1861-1941) said, / 3 /: "The truth is not in facts but in accordance with the facts," which indicates that it is not enough only to know and learn, but also the knowledge has to be harmonised; 3. The most important characteristic of a scientific work is practical verification of research results.

It is instructive to state the rules for research; René Descartes, in his "Discours de la methode pour bien conduire the raison et la verité chercher dans les sciences" / 4 / states: **1. The rule of rational clarity:** I will never

accept something as truth that I obviously do not know to be true; **2. The rule of analysis:** I will divide each examined task into as many parts as possible and necessary to resolve in the best way; **3. The rule of synthesis:** In my mind I will go chronologically, starting from the simplest to the introduction of more complex cases; **4. The rule of classification:** I shall perform periodic inspections and thorough control so that I can reliably know that I have not left anything out.

With Descartes' rule of synthesis we are reminded of Leonardo da Vinci / 5 /: "... and remember to put actual evidence in front of all the possible evidence so that an easier issue becomes a staircase and a guide to those less easy. "

RECOMMENDATIONS IN SCIENTIFIC RESEARCH

It is important to point out that scientific research requires a serious and systematic work, it does not tolerate either sloppiness or improvisation, nor confidence. Pavlov / 3 / writes: "Do not let pride overcome you because you will stubbornly refuse to agree even when you have to." It is understandable that a scientist should be good at his work area, necessary literature, institutions and individuals related to his area. According to Šamić / 5 /: "Science is one of the most sublime vocations that a man can choose for himself: anyone who adds at least a grain of scientific knowledge into the treasury of knowledge that already exists, has done something significant in life and can be proud of it ..."

REALIZATION OF SCIENTIFIC RESEARCH

Scientific research is always composed of three parts: *preparation, research and conclusion*. The first part begins with the **preparation** of scientific work. To start the preparation, it is necessary to have the accumulated amount of knowledge in this field. B. Russell / 3 / explains: "Knowledge is true judgment supported by evidence. If there is no evidence there is no knowledge." Tolstoy speaks of knowledge as a tool, not a goal, and explains: "Knowledge is knowledge only when it acquired by the strain of one's own thought, not by remembering." It should be noted that knowledge is time limited usefulness (use value) and therefore it must be constantly updated and refreshed.

The next phase of scientific research begins by **defining the problem**. It is important to clearly identify the problem, because it defines what and how something is going to be studied. A. Einstein said about it: "If I had an hour in which to solve the problem that my life depends on, then I would spend 40 minutes to study it, 15 minutes to re-analyze it and 5 minutes to solve it." In defining the problem, it is necessary to determine if a similar problem has already been solved, because a survey in England found that some

researchers inadvertently, doubled the existing tests, if they had known about similar studies, they would probably have planned and modified their survey otherwise, besides, they would have saved time and money. Some studies have shown that 60 to 80% of proposed solutions are those that have already been suggested.

Having defined the problem, it is necessary to determine the **goal** of the research, ie. specify what we want to achieve by the scientific research. It is also necessary to make a dynamic schedule of research in terms of deadlines, planning, funding, personnel, necessary equipment and space etc so that it would be executed on time and with optimal costs. We should bear in mind that the data can be found in archives, library, with other scholars and through committed efforts, measurements and condition recordings.

Having collected relevant information, it is essential to set a **hypothesis**, without which there is no scientific work, which means that the hypothesis is the basis for future scientific research. It is a temporary (with a certain probability) interpretation, therefore - still an unsubstantiated claim. A scientific hypothesis is one of the most important instruments of development of a scientific thought in general. "Novalis /3/ said: "Hypotheses are nets, and only the one who throws them catches." In addition, the thought of Lord Acton on the research will serve a researcher well: "Nothing is more necessary to a scientist than to know about the history and logic of research, about a way to reveal misconceptions, about the role played by hypotheses as well as the choice of test methods." For a hypothesis to be confirmed, it has to: 1. Give the answer to the problem; 2. Be susceptible of checking ie proof or disproof; 3. Allow some consequences to be bring out of it; 4. Get along with other, already proven and accepted hypotheses; 5. Be simple.

Proving hypothesis is done using the methods of scientific research - the results of research have to follow trodden methodological paths so that they would have a scientific characteristic. Descartes said that it was not his merit in the fact that he possessed more talent than others, but it was his advantage that he had a better method, because spirit without a method goes astray, while, using methods, an average, ordinary thought can achieve great goals.

ANALYSIS REGULATION AND CONCLUSION OF THE RESULTS

Analysis is the process of partition of a complex phenomenon into basic elements in order to determine essential facts and their relations, which means that it is a critical beginning of strategic thinking. Analyzing means help in finding answers to the already familiar questions: What? Who? Where? When? How?, especially **Why** with each question. The final stage of

scientific research is the conclusion of the research results. It can start only if the hypothesis has been confirmed by the analysis.

CONCLUSION

To conclude, the thought, that Dobrov placed at the end of his book "The Science of Science", Kiev, 1966, should certainly be pointed out here: "Research and experience will bring new facts and new questions, highlight new concepts in the understanding of scientific research that have future. This will, naturally, amend a number of attitudes that are presented in the book and help deeper, truer solution of tasks and more exact knowledge of scientific research. The truth is the supreme court of science."

Reference:

1. V. Anić: Rječnik hrvatskoga jezika, Novi Liber, Zagreb, 1991.
2. H. Hilf: Arbeitswissenschaft, Carl Hanser, München 1957.
3. Velika enciklopedija aforizama, Prosvjeta, Zagreb, 1978.
4. P. Mesnard: Descartes ou le combat pour la vérité, Seghers, Paris, 1974.
5. M. Šamić: Kako nastaje naučno djelo, Svjetlost, Sarajevo 1980.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ СТРОЙИНДУСТРИИ

Никитина Е.А., канд. экон. наук, доц.
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Цель конкурентной стратегии – достижение предприятием устойчивого конкурентного (стратегического) преимущества и посредством этого повышение эффективности бизнеса, закрепление в своей рыночной нише, обеспечение своей устойчивости, выживаемости в изменчивой рыночной среде. Конкурентное преимущество должно быть таким, чтобы его можно было бы использовать как можно дольше. Следовательно, стратегия – интегрированное (взаимоувязанное) множество действий, проектируемых для достижения устойчивого конкурентного преимущества. В долгосрочном плане, если конкурентное преимущество не достигается, то никакой речи не может идти о защищенности бизнеса от действий конкурентов. Чтобы понять, что это за преимущества, необходимо понимать своих покупателей, возможности своих конкурентов. Это есть ядро в системе принятия решений любого предприятия.

Главная задача стратегического управления состоит в создании и использовании собственного потенциала предприятия с четкой ориентацией на рыночную ситуацию. Эту общую задачу можно разбить на две отдельные задачи принципиального значения. В краткосрочном плане на первое место выдвигается проблема текущей эффективности, т.е. превращение имеющихся ресурсов в рыночные конкурентные преимущества, тогда как в долгосрочной перспективе проблема заключается в развитии новых ресурсов и компетенций, которые позволили бы использовать рыночные возможности.

О качестве разработанной деловой стратегии можно судить по следующим критериям: в какой степени она укрепляет позиции предприятия, расширяет его возможности успешно конкурировать на рынке, в какой мере она повышает шансы предприятия на получение преимуществ перед конкурентами, в какой мере она способствует получению высокой прибыли.

Сущность методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятия лежит в детализации стратегических направлений в разрезе функциональных стратегий. Можно выделить следующий

комплекс основных стратегических направлений повышения конкурентоспособности промышленного предприятия [3]:

Снабжение:

- улучшение работы с поставщиками сырья, четкое соблюдение графиков отгрузок;
- оптимизация движения подвижного состава;
- оптимизация логистических цепочек по снабжению;
- получение льгот, скидок на поставляемое сырье.

Производство:

- оптимизация производственной деятельности;
- оптимизация остановок отдельных производств на плановые ремонты с учетом маркетинговых факторов;
- оптимизация переходов производств на выпуск различных продуктов с учетом маркетинговых факторов;
- жесткий контроль расходных норм по сырью и энергетике;
- проведение модернизации производств, внедрение новых технологий с целью снижения энерго- и материалоемкости производств;
- диверсификация, настройка производств на выпуск новых продуктов;
- прекращение (закрытие) нерентабельных производств;
- повышение качества выпускаемой продукции.

Сбыт:

- обеспечение гибкой комбинации между сбытом на внутренний и внешний рынки с целью снижения влияния сезонных факторов;
- стратегия на внешнем рынке:
 - повышение точности (сроки, количества) поставок готовой продукции;
 - выход на новые рынки (с целью ликвидации зависимости от отдельных стран-импортеров);
 - продвижение новых продуктов на старые и новые рынки;
 - создание собственной марки;
 - продвижение продукции на внутренний рынок;
 - создание и поддержание платежеспособного спроса;
 - создание инфраструктуры (склады, подъездные пути и пр.);
 - создание замкнутых цепочек товародвижения;
 - оптимизация логистических схем товародвижения.

Финансы:

- внедрение единой системы планов (бюджетов);
- обеспечение полной прозрачности финансовой отчетности для привлечения кредитов;

- переход на максимальный уровень денежной предоплаты за поставки сырья с целью получения скидок;
- внедрение информационной системы управления в реальном времени.

Немаловажное влияние на предприятие оказывает внешняя среда. Необходимо определить условия и установить отношения, на которых предприятие будет работать со своими партнерами. Т.е. предприятию следует тщательно проанализировать возможности и ресурсы потенциальных партнеров, их конкурентные преимущества, которые бы дополнили преимущества предприятия или позволяли бы ему реализовать имеющиеся рыночные возможности. И на основе проведенного анализа следует выстраивать те или иные отношения с партнерами. Может оказаться, что для реализации собственной конкурентоспособности предприятию придется приложить определенные усилия для повышения конкурентной позиции своих партнеров [1].

Упор на управление межфирменных отношений диктуется условиями, в которых приходится функционировать российским предприятиям: скудные инвестиции, жесткий прессинг западных производителей, сжатый спрос, нехватка времени, отсталые технологии, простаивающие мощности. Незнание реальных рыночных потребностей, отсутствие специфических рыночных и маркетинговых знаний. Необходимых производственных и сбытовых ресурсов не позволяет отечественным предприятиям сбывать свой потенциально конкурентный продукт. Выходом из данной ситуации является привлечение и использование ресурсов других предприятий-партнеров (технологий, знаний, умений и пр.), с помощью которых можно было бы наладить всю цепочку товародвижения от производства до продажи конечному потребителю.

Данный подход предполагает рассмотрение всего возможного многообразия межфирменных взаимоотношений, вертикальных и горизонтальных, не замыкаясь на традиционных “поставщик-покупатель”.

Взаимоотношения между предприятиями происходит через обмен взаимными транзакциями (движение товаров, услуг, денежных средств, информации и др.). Обмен транзакциями происходит на основе определенных межфирменных договоренностей и проведения определенной экономической политики по отношению друг к другу, что предполагает управление отношениями, их координацию, от чисто

рыночных, различных типов контрактных отношений до полной интеграции через приобретение прав собственности.

Координация включает как контрактные, так и неявные (скрытые) соглашения в дополнении к вертикальной интеграции. Неявные соглашения (например, увеличение кредитования или предоставление информации) позволяют предприятию иметь определенный контроль над другими субъектами, которые юридически независимы. Однако данные договоренности обеспечивают меньший контроль, чем обычно дают контракты.

В основе установления предприятием связей с внешней микросредой лежит дилемма: покупать ли ему данный товар (услуг) на рынке или заняться его собственным производством. Теоретически любая производственная функция может выполняться в рамках предприятия. Внутри альтернативы “покупать или производить” содержится множество возможных альтернатив отношений предприятия с контрагентами, каждому из которых присущи свои признаки и свои условия существования. В связи с этим все многообразие межфирменных отношений предлагается классифицировать следующим образом:

1. Самостоятельное производство.
2. Рыночные отношения.
3. Подрядные отношения.
4. Стратегическое партнерство.
5. Интеграция.

Самостоятельное производство предполагает отказ предприятия от услуг рынка в поставке данной продукции (услуги).

Покупка на рынке подразумевает обмен между предприятиями рыночными транзакциями. Между предприятиями ограничен или отсутствует обмен информации о деятельности партнера, его цели, задачи и т.п. Происходит обмен только той информацией, которая необходима для подготовки и обоснования конкретного контракта.

При установлении подрядных отношений предприятие осуществляет передачу выполнения отдельных функций на сторону. В данном случае предполагается установление взаимного доверия, обмен информацией производится по мере необходимости. Но каждый движим своими целями и интересами.

При стратегическом партнерстве между предприятиями устанавливаются долгосрочные отношения, происходит согласование целей, взаимоувязка стратегий, обмен информацией происходит в реальном времени.

При интеграции происходит поглощение или слияние с контрагентами. Фактически мы возвращаемся к первому пункту (самостоятельное производство), но на качественно ином уровне – предприятие получает в пользование все ресурсы партнера (знание, умения, технологии и др.). Интеграция может быть вертикальной, горизонтальной и конгломеративной; последняя, в свою очередь, подразделяется на интеграцию с целью расширения спектра продуктов, с целью географического расширения и собственно конгломеративное слияние.

Реализация конкурентоспособности происходит в том случае, если предприятия взаимодополняют друг друга. Что означает саму возможность создания, производства и доставки благодаря совместным усилиям партнеров продукта (услуги), который может быть продан конечному потребителю. Если на рынке нет организаций, которые смогут помочь в реализации конкурентоспособности данной фирмы, то ей придется или отказаться от производства данного продукта или самой заняться созданием недостающих звеньев.

При исследовании конкурентоспособности товаров и услуг рекомендуется учитывать пять факторов ее достижения [2]:

- качество системы менеджмента, определяемое обработанностью содержания, применением маркетингового подхода;
- качество проектно-конструкторской документации на объект с точки зрения прогрессивности и оптимальности показателей назначения, надежности, экологичности, технологичности, эргономичности, патентоспособности, дизайна, стандартизации и унификации;
- качество изготавливаемого объекта, определяемое прогрессивностью оборудования, технологии, материалов, системы управления качеством объекта, уровнем организации производства и труда;
- затраты конкретного потребителя на приобретение, транспортировку, эксплуатацию, ремонт и утилизацию (при необходимости) объекта за весь нормативный срок службы;
- степень удовлетворения дополнительных потребностей конкретного потребителя, которая определяется уровнем соблюдения правовых норм защиты прав потребителей, качеством упаковки, условиями хранения, поставки, гарантийного обслуживания и др.

Применение при разработке управленческих решений научных подходов, принципов и методов менеджмента, экономическое

обоснование каждого решения являются важнейшими условиями достижения конкурентоспособности объектов.

Грамотно построенное маркетинговое исследование гарантирует высокую вероятность рыночного успеха товара. Неожиданное отсутствие спроса влечет за собой убытки предприятия. Причины несостоявшегося ожидания иногда лежат на поверхности. Но чаще они не видны и требуют исследования.

С позиции методологии исследование представляет собой сплав статистики, квалиметрии, эконометрии, бихевиоризма [4]. Квалиметрия – количественные оценки качества применяется при разработке и развитии товаров, характеристике их конкурентоспособности. Бихевиоризм – наука о поведении, предпочтениях людей используется в ходе моделирования поведения потребителей. На статистической методологии базируется вся система сбора и обработки маркетинговой информации. Эконометрия изучает экономические взаимосвязи с помощью математических моделей.

Мероприятия по повышению конкурентоспособности объекта и развитию системы менеджмента могут касаться: входа системы; процесса в системе по переработке входа в выход; выхода. При низком качестве входа и любом качестве процесса выход системы будет тоже низкого качества.

Следуя данной схеме, сначала необходимо исследовать требования выхода, то есть требования потребителей. На их основании принять меры по обеспечению конкурентоспособности продукта (в нормативах). Затем изучить влияние внешней среды на качество функционирования продукции, а, следовательно, - на качество входа в систему, и принять корректирующие меры по обеспечению соответствия оценок (нормативов) входа и выхода.

Подводя итоги, следует отметить следующее: конкурентоспособность, на наш взгляд, наиболее обоснованно следует выражать в концентрированном виде через обобщающий показатель, который должен отвечать следующим требованиям:

- иметь теоретическое обоснование;
- быть важнейшей характеристикой предприятия;
- отражать основополагающий принцип конкурентного преимущества - эффективность или качество функционирования совокупности применяемых, потребляемых и производимых ресурсов;
- соответствовать конечным целям развития предприятия, не только его текущего состояния;

- быть относительно устойчивым к изменениям конъюнктуры рынка;

- не зависеть от степени монополизма предприятия;

- быть пригодным для использования в качестве критерия оптимальности в оптимизационной модели выбора наилучшего варианта экономического развития на отраслевом рынке.

Таким образом, учитывая современные тенденции развития глобальных рынков, когда наряду с резким обострением конкурентной борьбы между производителями происходит совершенствование процесса управления рыночной средой, разработка единых демократических общемировых правил и норм взаимодействия между производителями, можно сделать вывод о том, что умение устанавливать необходимый взаимовыгодный баланс интересов во взаимодействии со всеми субъектами рыночной среды является важнейшим фактором устойчивости компании в долгосрочной перспективе.

При исследовании конкурентоспособности товаров и услуг рекомендуется учитывать пять факторов ее достижения:

- качество системы менеджмента, определяемое обработанностью содержания, применением маркетингового подхода;

- качество проектно-конструкторской документации на объект с точки зрения прогрессивности и оптимальности показателей назначения, надежности, экологичности, технологичности, эргономичности, патентоспособности, дизайна, стандартизации и унификации;

- качество изготавливаемого объекта, определяемое прогрессивностью оборудования, технологии, материалов, системы управления качеством объекта, уровнем организации производства и труда;

- затраты конкретного потребителя на приобретение, транспортировку, эксплуатацию, ремонт и утилизацию (при необходимости) объекта за весь нормативный срок службы;

- степень удовлетворения дополнительных потребностей конкретного потребителя, которая определяется уровнем соблюдения правовых норм защиты прав потребителей, качеством упаковки, условиями хранения, поставки, гарантийного обслуживания и др.

Применение при разработке управленческих решений научных подходов, принципов и методов менеджмента, экономическое

обоснование каждого решения являются важнейшими условиями достижения конкурентоспособности объектов.

Для комплексной оценки конкурентоспособности предприятия необходимо учесть основные требования:

1) вывод результатов анализа по обобщающим показателям эффективности деятельности предприятия;

2) одно из непременных условий для объективной оценки конкурентоспособности изготовителей – их информированность о рынке, возможностях и поведении конкурентов, нововведениях и о многих других характеристиках, позволяющих им иметь полное представление о внешней среде, тенденциях ее развития в текущий момент и в перспективе. Только при таком условии предприятие-изготовитель может осознанно формировать и осуществлять свою научно-техническую, производственную, сбытовую политику, умело противостоять своим конкурентам;

3) основным ограничением в достижении цели исследования является то, что комплексную оценку конкурентоспособности можно рассчитать только для тех предприятий, которые широко и открыто публикуют свою отчетную информацию.

Список литературы:

1. *Никитина, Е. А.* Управление конкурентоспособностью предприятий (статья). Научные ведомости БГУ. – Белгород, 2007. - № 8 (39). - Вып. 4.- С.226 – 230.
2. *Никитина, Е. А.* Оценка конкурентоспособности промышленных предприятий (статья). Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. - Белгород, 2007. - №4 (24). С. 176-187.
3. *Никитина, Е. А.* Основные проблемы оценки конкурентоспособности предприятия стройиндустрии / Е. А. Никитина, В. В. Выборнова, А. Ю. Лычев. Монография. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2010. – 83с.
4. *Никитина, Е. А.* Управление конкурентоспособностью предприятия / Е. А. Никитина, В. В. Выборнова. Учебное пособие. – Белгород: изд-во БГТУ, 2011. – 92 с.

ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИЗМЕРЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Новоятлев М.А., аспирант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

В настоящее время перед народным хозяйством нашей страны стоит амбициозная задача кардинального повышения уровня производительности труда в масштабах всей экономики. Указанная задача вызвана множеством внутренних и внешних по отношению к России проблем, которые всё более остро встают перед нашей страной в течение последних лет, и решение которых возможно будет лишь при условии одновременного создания сильной экономики, как надёжной базы для проведения процесса трансформации текущего состояния нашей экономики в желаемое, или, по крайней мере, интуитивно желаемое.

Производительность труда является достаточно многогранным понятием и на текущий момент не имеет однозначного чёткого определения, что является типичным для положением для существующего сегодня насаждения «необходимости плюрализма мнений». В наиболее общем аспекте, выделяют количественную сторону производительности и качественно-качественную. Первая, если говорить упрощённо, рассматривает исключительно вопрос физического объёма выработки без учёта качественных и структурных изменений труда и продуктов труда; вторая – соответственно рассматривает производительность, как показатель совокупной эффективности, который может проявляться не только при количественном росте выработки, но даже при её стагнации или падении, если происходит пропорционально больший скачок в качестве производимой и реализуемой продукции.

В рамках данной статьи под производительностью труда будет пониматься её количественная трактовка, как наиболее проработанная на текущий момент времени.

Очевидно, что для успешного развития страны необходимо опираться на соответствующую базу, показателем, который даёт представление о её реальном состоянии, безусловно, является уровень производительности труда.

На текущий момент средний российский уровень производительности труда отстаёт от передовых в этом отношении

стран в 4 раза (26% от уровня США) по состоянию на 2007 г. [1]. В отраслевом разрезе производительность труда в России составляет: 33% от уровня США — в сталелитейной промышленности, 31% — в розничной торговле, 23% — в розничном банковском бизнесе, 21% — в жилищном строительстве и 15% — в электроэнергетике.

Проблемой, рассматриваемой в данной статье выступает вопрос сопоставимости измерения уровня производительности труда. Поэтому в рамках такой широкой темы, как производительность труда, сконцентрируемся исключительно на сопоставлении её метрического аспекта.

Проблема достоверности управленчески значимой информации в настоящее время становится всё более актуальной. Красочным подтверждением этому факту послужил последний мировой экономический кризис, который явился следствием использования в глобальном масштабе управленцами недостоверной информации. В приведённом примере такой информацией являлись данные о платежеспособности частных потребителей кредитов и рейтингов надёжности компаний. Однако необходимо заметить, что использование любой другой значимой информации, которая не прошла проверку на достоверность, для принятия сколь-нибудь значимых управленческих решений, является крайне авантюрным.

Приводя вышеуказанные данные необходимо сделать значимую оговорку на разницу в расчётах производительности труда в РФ и США а также на тот факт, что в уровне производительности труда РФ не учитываются показатели «теневой» экономики, которая в России после СССР всегда составляла значительную часть. Естественно, это явление встречается и в американской экономики, но очевидно, что масштабы неучитываемого «теневоего» сектора там гораздо меньше.

Также методика расчёта производительности труда в США не учитывает численность обслуживающих и иных сервисных служб. В США и других развитых на данный момент странах большая часть сервисных функций в производстве выведена на аутсорсинг [2], в то время как на российских предприятиях обслуживающий персонал учитывается в списочной численности предприятия, - таким образом, налицо искусственное занижение уровня производительности труда по сравнению с системой, в которой обслуживающий персонал, по сути, выведен из учёта при определении уровня производительности труда.

В то же время, в ВВП США учитываются такие «виртуальные» с точки зрения логики доходы, как доход от потенциальной аренды

жилья, в котором уже фактически проживают семьи, владеющие этим жильём.

Имеют место многочисленные чисто финансовые накрутки результирующих деятельность компаний показателей.

Стоит отметить, что предложения по введению в российский учёт приписной ренты на недвижимость прозвучали уже в 2012 году. Причём пересчитать показатели ВВП предлагают с 2002 г., таким образом, обратным счётом может легко получиться результат решения поставленной в 2000 г. задачи удвоения ВВП.

Помимо перечисленных особенностей, необходимо отметить, что манипулирование статистической информацией является важным инструментом влияния, как в идеологическом аспекте, так и в экономическом. Так, представление информации Министерством Энергетики США и BP Review по рынку газа с 2009 г., демонстрирующая увеличивающуюся добычу сланцевого газа в США, объясняющуюся огромным приростом сегмента сланцевого газа, привела к существенному снижению цен на газ в Северной Америке (причём, американская статистика и статистика BP не раскрывает данные в разрезе по каждому месторождению) [3].

Очевидно, что манипулированием показателями производительности можно не только наглядно «доказать» превосходство модели экономического развития одного государства над моделью другого, но и вполне ощутимо оказывать влияния на инвестиционный климат в странах, а также на итоговую рыночную оценку активов компаний, расположенных в соответствующих государствах.

Вызывает вопрос измерения и сопоставления показателя производительности труда в сфере услуг, так как в данной сфере часто за рост или падение уровня производительности труда выдается изменение уровня цен, которое может иметь значительные различия, как обусловленные объективными причинами, так и являющиеся следствием монопольного положения отдельных отраслей или компаний, что даёт им возможность значительно повышать цену на свои услуги, или наоборот ограниченный круг получателей услуг определённой отрасли/компании может диктовать требования заниженных цен.

Также невозможно сравнить производительность труда в СССР и США, т.к. неизвестно, сколько в реальных рыночных ценах стоила внутренняя продукция советского производства, а также невозможно учесть реальную стоимость нематериальных активов, финансовую

оценку предприятий, в т.ч. капитализацию их будущих доходов, которые фактически получаются до сих пор, уже после развала СССР.

Сейчас информационной базой для анализа на предприятии служат данные годового и периодического отчётов по труду (статистическая отчётность, бухгалтерская отчётность, данные отдела кадров, акты ревизии и проверок). В масштабах всего народного хозяйства – отраслевые счета СНС (системы национальных счетов) и баланс трудовых ресурсов.

Таким образом, можно сделать вывод, что для адекватного управления развитием экономики необходимы сопоставимые данные по важнейшим показателям, к которым относится показатель производительности труда. Вопросы организации сбора информации, её обработки и обоснования результатов должны быть решены по возможности максимально независимо и унифицировано. Очевидно, что выработка и принятие единой методологии по данному вопросу на этапе первых шагов, в силу его важности, является вопросом скорее не научным, а политическим. В то время, как дальнейшая проработка данного вопроса, является, безусловно, уже чисто научным вопросом.

Список литературы:

1. <http://www.mckinsey.com/russianquarterly/topics/>
2. <http://www.ey.com/>
3. <http://worldcrisis.ru/>

ПОТРЕБНОСТЬ И ПУТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭКОНОМИКИ

**Одарченко А.В., канд. экон. наук, проф.,
Кузнецов В.В., д-р экон. наук, проф.**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

В современных условиях в России наиболее актуальной является проблема, касающаяся перехода экономики страны на инновационный путь развития.

Повышение экономической роли инноваций, механизмов развития инновационных процессов является одним из ключевых факторов, обуславливающих радикальные структурные сдвиги в российской экономике.

Концепция социально-экономического развития России до 2020 года, по сути, является политическим решением перевода российской экономики на инновационный путь развития.

Переход нашей страны на инновационный путь развития требует не столько директивных решений руководства, сколько создания благоприятных условий для инновационной деятельности и, в первую очередь – создание её эффективной инфраструктуры.

В своём ежегодном послании президент России Дмитрий Медведев, говоря о переводе российской экономики с инерционного энергосырьевого на инновационный путь развития, назвал концепцию четырёх «и» - институты, инвестиции, инфраструктура, инновации, и добавил пятую составляющую – интеллект, под которым, прежде всего, подразумевается интеллектуальный потенциал – молодое поколение учёных, преемников наиболее перспективных научных школ [6, С.1].

Опыт развитых стран подтверждает, что инновационная инфраструктура во многом определяет темпы развития экономики страны и рост благосостояния её населения. В условиях глобальной конкуренции на мировом рынке неизбежно выигрывает тот, кто имеет развитую инфраструктуру создания и реализации инноваций, кто владеет наиболее эффективным механизмом инновационной деятельности.

Актуальность вопросов, связанных с разработкой и освоением новых товаров, не вызывает сомнения – ни с точки зрения теории, ни с позиции практиков. Она обусловлена тем, что рыночная экономика

связана с неизбежной необходимостью повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг.

Учитывая то, что доля высокотехнологичной продукции в российском экспорте значительно ниже, чем тот же показатель в развитых странах, одним из основных направлений инновационной политики должно стать повышение инновационности высокотехнологичных продуктов.

В стратегии развития науки и инноваций в РФ на период до 2015 года чётко прослеживаются региональные аспекты государственной инновационной политики. Стратегия предполагает, что процесс создания национальной инновационной системы (НИС) должен базироваться на основе формирования и развития региональных инновационных кластеров. Одними из главных структурных единиц в таких кластерах должна стать инновационная инфраструктура – технопарки, инновационно-технологические центры, «бизнес – инкубаторы», центры трансфера технологий, венчурные фонды и другое.

В рамках реализации второго этапа построения региональной инновационной системы в Белгородской области (РИС), а также инновационной Стратегии, предложенной проектом Концепции развития промышленности в Белгородской области на период до 2015 года, планируется разработка и реализация областных целевых и ведомственных программ. В том числе «Развитие инфраструктуры оказания услуг в инновационной сфере промышленности области на 2008 -2013 годы».

Отметим, что *инновационная инфраструктура* - комплекс взаимосвязанных структур, обеспечивающих условия для введения передовых результатов научных исследований и разработок в коммерческий оборот.

Рассмотрим, как происходит формирование инфраструктуры в Белгородской области [3, С. 2]:

1. Развиваются объекты уже имеющейся инфраструктуры (ИТЦ, бизнес - инкубатор, центр трансфера технологий). Реализовался проект по созданию инновационного бизнес - инкубатора (2005 - 2009 г.) по ул. Королёва 2, который поможет многим малым предприятиям (около 80) превратить свои перспективные инновационные идеи в реальную продукцию и услуги, нужные для экономики.

2. Продолжается прокладка оптоволоконной связи, которая приведёт к прорыву в использовании информационно-

коммуникационных технологий на территории области и станет основой для реализации инновационных проектов.

3. Приступили к реализации пилотного проекта по созданию промышленного парка «Северный», в котором будут размещены более 30 предприятий. Его резидентами станут малые и средние компании.

4. Поступательно развивается ОАО Технополис «Светоград», который ориентирован на производство и продвижение высокотехнологичной продукции, на поддержку наиболее перспективных малых предприятий в научно-технической сфере.

5. В рамках Стратегии социально-экономического развития области до 2025 года Правительством области утверждена долгосрочная целевая программа «Развитие nanoиндустрии Белгородской области на 2010- 2014 годы», целью которой является формирование научной, производственно-технической и технологической базы в сфере нанотехнологий и наноматериалов. На практике это означает выход на рынок не менее 15 продуктов nanoиндустрии Белгородской области, создание не менее 10 специализированных инновационных объектов для развития нанотехнологий, а также реализация образовательных проектов по опережающей подготовке и переподготовке кадров для новой отрасли. На территории региона должно появиться также около 50 малых инновационных предприятий, задействованных в сфере nanoиндустрии. Формирование региональной nanoиндустрии позволит перевести Белгородскую область на инновационный путь развития, создать новые инновационные производства, в том числе обеспечивающие импортозамещение на территории Белгородской области, повысить конкурентоспособность предприятий и усилить экономическую безопасность региона.

6. Создан Совет по инновационной политике при губернаторе Белгородской области.

7. Многие элементы инфраструктуры (фонды венчурного и посевного инвестирования для nanoиндустрии) необходимо создавать «с нуля».

8. Развиваются элементы инфраструктурной поддержки малых предприятий на базе вузов Белгородской области (ИТЦ, бизнес - инкубатор).

Очевидно, что намеченные проекты будут успешными лишь в случае, если будет реализован главный проект - проект подготовки кадров, выявление талантливой молодёжи. Государственно-молодёжная политика Белгородской области является инструментом развития и преобразования региона. Она включает в себя задачи, связанные с

активным участием молодёжи в реализации приоритетных национальных проектов, в т.ч. в развитии инновационной инфраструктуры; направлена на создание условий и возможностей для успешной социализации и эффективной самореализации молодёжи, для развития её потенциалов в интересах региона.

Создание проекта «Успех в твоих руках», Олимпиады по развитию малого инновационного предпринимательства, программы «Вузовская наука», Совета молодых учёных и специалистов при губернаторе Белгородской области способствует продвижению молодёжи, развитию и использованию продуктов её инновационной деятельности, кадровому обеспечению экономики.

Студенты, аспиранты, молодые учёные имеют возможность участвовать в инновационных процессах при эффективном использовании материально-технического и кадрового потенциала вуза. Однако у другой части молодёжи эти возможности ограничены.

На базе вузов формируются элементы инфраструктурной поддержки малых инновационных предприятий, которая повышает эффективность кооперативной сети «наука - образование - бизнес». С этой целью создан бизнес - инкубатор ИТЦ БГТУ им. В.Г. Шухова, где размещены малые инновационные предприятия, созданные с участием студентов, аспирантов, докторантов и научных работников университета для поддержки и обеспечения выживаемости этих предприятий, создаются рабочие места. Главная цель ИТЦ БГТУ им. В.Г. Шухова - помощь молодому инженеру-разработчику реализовать инновационный объект производства. Аналогичные проекты есть и в других вузах города (например, ИТЦ «Стратегическая инициатива» БелГУ и др.).

Перед Белгородской областью стоит задача по формированию инновационных округов по аналогиям с промышленными, вмонтированными в ведущие экономические кластеры: агропродовольственный, горно-металлургический и строительный.

Обозначим некоторые проблемы, препятствующие развитию инновационной деятельности на предприятиях. На наш взгляд, ими являются экономические и производственные. Наибольшее воздействие оказывают экономические трудности, прежде всего, недостаток собственных денежных средств. Сказывается также недостаточная финансовая поддержка со стороны государства, значительная стоимость нововведений, низкий платежеспособный спрос на новые продукты, высокий экономический риск и длительные сроки окупаемости нововведений.

Среди факторов производственного характера, препятствующих инновациям, наибольшее беспокойство вызывает низкий инновационный потенциал предприятий, на которых очень недостаёт информации о новых технологиях, почти полностью отсутствует информация о рынках сбыта, имеются проблемы для кооперирования с другими предприятиями и научными организациями. Спад промышленного производства вызвал отток квалификационных кадров, что является также серьёзным фактором, препятствующим развитию инноваций [7, С. 35].

Всё это свидетельствует о том, что современное развитие инновационных процессов во всех отраслях экономики находится пока на низком уровне: это, и невысокие показатели уровня инновационной активности, объёмов затрат на технологические инновации и их результативность, и неразвитость инновационной инфраструктуры.

Необходимо формирование полноценной инфраструктуры; массовое освоение инноваций; привлечение в область инвестиционных и интеллектуальных ресурсов с помощью федеральных структур. Первоочередной задачей является создание финансовой инфраструктуры инновационной деятельности, прежде всего, фондов, занимающихся финансированием инновационных проектов. Финансовую поддержку из бюджета необходимо в значительной мере направить на создание условий, при которых инновационная деятельность стала бы экономически более выгодна, чем какая-либо другая, т.е. нужно создать государственную систему стимулирования участников научно-технической и инновационной деятельности (в т.ч. налоговые льготы, льготы по аренде земли и помещений). Также необходима интеграция НИИ, вузовской науки, малого и среднего бизнеса, которые позволят создать условия для массовой подготовки специалистов в области экономики и организации инновационной деятельности. Необходима подготовка менеджеров инновационного проектирования.

В области идёт планомерная работа по решению существующих проблем.

Следовательно в Белгородской области есть проблемы формирования инновационной инфраструктуры, но есть и потенциал для их решения, в т.ч. наличие умных людей и создающиеся условия для их самореализации.

Список литературы:

1. *Бекетов, Н. В.* Организационно-экономические механизмы развития управленческих инноваций компаний / Н. В. Бекетов, А. С. Денисова // *Экономический анализ: теория и практика*, 2009, №2, С.2-6.
2. *Глазьев, С. Ю.* Перспективы социально-экономического развития России / С. Ю. Глазьев // *Экономист* - 2009, №1, С.3-18.
3. Ежегодный отчёт губернатора Белгородской области Савченко Е.С. о выполнении программ социально-экономического развития Белгородской области в 2009 году «Жить не для себя, не для других, а со всеми и для всех» // *Белгородская правда* - 19 февраля 2010. - №23. -С.1-2.
4. *Инновационная Россия – 2020 (стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года)*
5. *Концепция долгосрочного развития Российской Федерации на период до 2020 года.*
6. *Послание Президента России Дмитрия Медведева Федеральному Собранию РФ* // *Белгородская правда* - 14 ноября 2009. - №169. – С.1.
7. *Тодосийчук А.* Условия перехода к инновационной экономике// *Экономист*. - 2010. - №2-С.25
8. <http://www.bstu.ru/ru/deps/itc/>
9. <http://youth.firo.ru/>

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

Осин А.А.

Кубанский государственный технологический университет

На современном этапе развития региональной экономики существует ряд институциональных ограничений. Которые снижают эффективность социально-экономического развития. Речь, прежде всего, идет об институциональном несовершенстве процессов и алгоритмов формирования и реализации региональной социально-экономической политики. Дело в том, что на текущий момент времени не выработаны и нормативно не закреплены институты формирования мер государственной регулятивной политики, отсутствуют процедуры применения этих мер, неэффективен мониторинг и контроллинг результатов их внедрения в хозяйственную практику регионального бизнеса. В связи с этим необходимо выделить основные детерминанты институциональных барьеров, ликвидируя которые, государственная власть сможет существенно улучшить деловой климат, повысит конкурентный статус региональной экономики и повысит качество жизни граждан-резидентов региона.

Во-первых, институционально не закреплена функция формирования мер государственной социально-экономической политики. Не четко определены те институты государственной власти, которые формируют эту политику, а также отвечают за эффективность и качество реализации мер государственной социально-экономической политики в регионе. Хотя, казалось бы, что органом государственной власти, который отвечает за формирования социально-экономической политики региона, является соответствующее региональное министерство или департамент (в Краснодарском крае – Департамент экономического развития). На деле происходит рассогласование деятельности этого института с региональными отраслевыми министерствами и ведомствами из-за отсутствия четкого алгоритма и процедуры взаимодействия органов государственной власти на региональном уровне.

Во-вторых, нет четкого организационно-экономического механизма формирования и реализации государственной социально-экономической политики региона, которая бы включала в себя организационные нормы и экономические методы генерации, внедрения

в практику хозяйствования, мониторинга эффективности мер государственной социально-экономической политики региона. Такая ситуация (с учетом существующего механизма формирования стратегии регионального развития) приводит к тому, что у региона есть вектор развития, но нет действенных инструментов и методов реализации поставленных стратегических целей и решения задач.

В-третьих, отсутствует система мониторинга и контроллинга эффективности применения мер региональной государственной политики, что делает невозможным как оценку эффективности работы органов государственной власти, так и оперативное государственное регулирование с учетом меняющихся условий развития социально-экономических систем региона.

В-четвертых, недостаточно четко определена иерархия принятия управленческих и регулятивных решений в позиции разделения полномочий между федеральными и государственными органами власти, нет четкой структурированной системы стратегического планирования и планирования мер государственной регулятивной политики. Следовательно, требует совершенствования процессы интеграции и интерференции мер государственной социально-экономической политики на федеральном и региональном уровнях.

Обозначенные институциональные барьеры формирования и реализации мер государственной регулятивной политики социально-экономического развития на региональном уровне не позволяют максимально эффективно реализовать региональный потенциал и добиться конкурентного развития территорий и региональных экономик. Следовательно, в настоящий момент времени являются востребованными направления исследования развития социально-экономических систем под воздействием эффективной государственной регулятивной политики, которая бы базировалась на качественных, обеспечивающих уверенный системный рост, мерах и методах влияния государства на экономику региона. В связи с этим необходимо уделить первостепенное внимание формированию организационно-экономическому механизму государственного регулирования развития региональных социально-экономических систем, которая основана на институциональном взаимодействии (вертикальном – между федерацией и регионами; горизонтальном – между органами региональной государственной власти, региональным бизнесом и потребительским сектором) субъектов государственного регулирования, а также экономических методов формирования действенных мер государственной регулятивной политики. Особое

место в комплексе мер государственной регулятивной политики региона должны занимать меры государственно-частного партнерства, которые определяют степень и качество интеграции бизнеса и власти в контексте целей эффективного регионального развития. Без данных мер (их формирования и применения) государственная регулятивная политика не будет интегрирована в хозяйственные процессы регионального бизнеса, следовательно, эффективность мер государственного регулирования будет низкой, а сама политика – декларативной и нежизнеспособной.

ЛОГИСТИКА И ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ

Островерх С.А., ст. преп.,

Кошкина А.С., студент

Харьковский торгово-экономический институт

Киевского национального торгово-

экономического университета

Интернет и связанные с ним технологии активно вторгаются в сферу бизнеса, торговли, рекламы, производства. Сегодня Интернет - это современный рынок перспективной структуры со множеством коммерческих возможностей, новых эффективных способов продажи товаров или услуг. Благодаря высокой популярности сети и достигнутым успехам в Интернет-технологиях развивается виртуальная информационно-консалтинговая и торговая сеть.

Развитие электронной торговли с помощью сети Интернет вносит существенные изменения в организацию торговли фирм. Традиционное управление издержками, основывающееся на анализе используемых средств, все чаще уступает место управлению отношениями с клиентами. В этих условиях предприниматели — поставщики товаров и услуг концентрируют свои усилия на сохранения доверия клиентов, предлагая им дополнительные услуги, и в то же время стремятся лучше приспособиться к исчезновению границ. Электронная торговля способствует удовлетворению потребностей клиентов и покупателей в персонализированных (т.е. приспособленных к требованиям конкретного потребителя) продуктах и услугах. Для специалистов в области логистики главный вызов состоит в том, чтобы своевременно решать проблемы расширения зоны обслуживания до мировых (глобальных) масштабов, сокращая при этом сроки поставок товаров и снижая стоимость обслуживания.

Как считают специалисты, в будущем электронная торговля должна стабилизироваться на уровне 20% объема традиционных торговых сделок. Самой популярной формой оплаты до сих пор остается оплата наличными при доставке товара, хотя все шире применяется и такая форма оплаты, как электронные платежи. Существует также и электронная идентификация и оформление электронного паспорта позволяют отслеживать перемещение грузов на всем пути следования и по запросу пользователя предоставлять информацию в режиме реального времени. Как виртуальные расчеты, так и системы идентификации позволили не только сократить время на

расчет транспортных составляющих, но и иметь реальное представление о местонахождении партии товара, а значит более точно планировать оборот товарных и денежных средств.

Компании, открывшие свои торговые сайты в Интернете, сталкиваются с проблемой доставки заказов, что связано с отсутствием достаточного количества курьерских фирм, специализирующихся на оформлении заказов и их доставке покупателям. Это заставляет компании обращаться к услугам почты либо создавать свои службы логистики, чтобы сокращать запасы и приспособлять продукты к индивидуальным потребностям покупателей. Иногда многие фирмы снова вынуждены вернуться к использованию своих местных складов так как плохо осведомлены с новыми логистическими функциями, связанными в Интернете. Еще одна проблема электронной торговли связана с развитием так называемой «обратной логистики» (reverse logistics), т.е. послепродажного обслуживания, приема использованных товаров для их переработки и рециклирования и возврата товаров, от которых покупатель по тем или иным причинам откатывается. И наконец, еще одна не менее важная проблема — необходимость привлечения специалистов по «кибертранзиту» (cybertransite), т.е. по продаже и доставке товаров гражданам других стран. Дело в том, что устранение границ в рамках Интернета вовсе не означает отмены действующих таможенных и налоговых формальностей и правил, поскольку в некоторых странах свои таможенные и налоговые режимы. Это заставляет некоторых владельцев сайтов иметь налоговых представителей в странах, где они осуществляют свои продажи.

Таким образом, при организации электронной торговли необходимо прежде всего внимательно изучить правила и нормы, действующие в разных странах. Правда, некоторые фирмы идут по другому пути, а именно: снимают с себя всякую ответственность за налоги и сборы. В этом случае они объявляют покупателям, что те сами должны получить информацию по этим вопросам в налоговых и таможенных службах своей страны и оплатить, если это необходимо, все налоги и сборы при получении заказа. Как считают специалисты, со временем транспортные и другие курьерские (транзитные) фирмы предложат через Интернет свои услуги и в этой области. Расширение электронной торговли выявило серьезные проблемы, касающиеся сроков, издержек и возможных ошибок в поставках заказанных товаров. Как показывают результаты опроса, проведенного в апреле 2010 г., 36% американских коммерческих сайтов отказываются выполнять заказы, поступающие из-за границы.

Хотя в области торговли Интернет является синонимом скорости, на практике еще до открытия сайта следует провести тщательный экономический анализ и расчет, чтобы определить оптимальные сроки поставки различных товаров. Для разных товаров эти сроки различны, и клиенты склонны по-разному оплачивать эту срочность. Одно дело, когда нужно доставить подарок точно в день рождения, и здесь клиент готов доплатить энную сумму за точность доставки. Другое дело — заказ на продовольственные товары, при приобретении которых надбавки в оплате вряд ли уместны. В тех случаях, когда главным параметром торговой сделки является точный срок доставки заказанного товара, киберторговцы могут получить с клиента более высокую плату за доставку.

Так, например, доставка бандероли весом в 200 г со сроком доставки в течение двух дней обойдется клиенту в 19 долларов, тогда как с «гарантированной доставкой» — в 130 долларов. Характерно, что в 90% случаев товары с гарантированной и негарантированной доставкой приходят в один и тот же срок, однако клиенты, заинтересованные в получении товара в определенный срок, не хотят подвергать себя даже 10-процентному риску и потому оплачивают гарантированную доставку. Еще одна серьезная проблема электронной торговли — тарификация услуг киберторговцев. «Золотое правило» состоит в том, чтобы адаптировать способы и сроки доставки к стоимости заказанного товара.

Взаимный обмен информацией о клиентах между предприятиями в ближайшие годы будет полностью осуществляться через Интернет. Правда, это в первую очередь затронет торговый обмен между самими предприятиями и в меньшей мере — розничную торговлю, которая делает в этой области лишь первые шаги. Как показывает опыт, главными товарами, продаваемыми через Интернет, пока являются информационное оборудование, программное обеспечение, путешествия, диски и одежда, в ближайшее время к ним могут присоединиться такие товары, как книги, фото- и музыкальная продукция, железнодорожные билеты. В этих условиях транспортные компании весьма осторожно относятся к перспективам развития электронной торговли, обслуживающей физических лиц, которая не сулит им значительного увеличения объема перевозок.

Здесь транспортным фирмам трудно конкурировать с почтой. Не случайно среди почтовых предприятий заключаются соглашения о сотрудничестве и о взаимном участии в капитале. Подобные процессы

наблюдаются и на рынке транспортных услуг, предназначенных для обслуживания торговли между предприятиями.

Таким образом, глобализация электронной торговли требуют от предприятий различных отраслей радикальной перестройки систем классической логистики, которая базировалась на обслуживании розничного товарооборота с учетом географического размещения торговых точек. Торговля в режиме онлайн, устраняя фактор расстояний, не устраняет границ и межстрановых различий в правилах регулирования. При этом она не сводится только к ускоренной доставке товара покупателю, а предполагает организацию жесткого контроля над всей цепочкой продвижения товара с учетом требований коммерсантов, их поставщиков и покупателей. Снижение количества уровней управления, уменьшение количества обслуживающего персонала, повышение прозрачности и гибкости, ориентация на пользователя, снижение времени на поиск клиента, расчет доставки партии товара, уменьшение средней стоимости обработки товаротранспортных документов, сокращение складских запасов - все это стало возможным благодаря интегрированию новых логистических онлайн-решений в работу предприятия. При этом Интернет становится для предпринимателей не только средством глобального поиска партнеров, но и новым логистическим каналом.

В целом быстрое развитие электронной торговли приводит к таким серьезным последствиям для логистики, как расширение передачи отдельных функций по перевозке, оформлению и курьерской доставке заказанных товаров специализированным фирмам, более тщательное управление продвижением товаров к покупателю и их возвратом, увеличение доли экспресс-доставки, изменение конфигурации сбытовых сетей, создание различного рода межфирменных альянсов и ускорение концентрации в торговле и сфере услуг.

Список литературы:

1. *Аникин, Б. А.* Логистика. – М.: ИНФА-М, 1999.
2. *Павленко, А. Ф.* Маркетинг / А. Ф. Павленко, И. Л. Решетникова // –К.: КНТЭУ, 2008.
3. *Уорд Хэнсон* Internet-маркетинг. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

ЗАЩИТА ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ УЕФА КАК ВАЖНЫЙ АСПЕКТ ПРОВЕДЕНИЯ ФУТБОЛЬНОГО ЧЕМПИОНАТА «ЕВРО-2012»

**Островерх С.А., ст. преп.,
Макаренко И.А., студент**

*Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-
экономического университета*

Вопросы интеллектуальной собственности Союза европейских футбольных ассоциаций (УЕФА) и его защиты в нашем государстве является сложным и нерешенным. УЕФА является объединением футбольных ассоциаций стран, по сути общественных организаций, и не имеет никаких других источников дохода, кроме продажи своей интеллектуальной собственности, т.е. продажа разрешений различным коммерческим компаниям использовать символику УЕФА на своих товарах, а также рекламировать свои торговые марки на спортивных соревнованиях под его эгидой.

Одним из основных пунктов доходов Союза являются спонсоры, реклама, телетрансляции, продажа сувенирной продукции. Союз выплачивает процент странам-хозяевам, но одновременно требует уважения к другим коллективных членов, которые получают свою долю доходов от Евро-2012.

В Законе Украины «Об организации и проведении финальной части чемпионата Европы 2012 года по футболу в Украине» понятия интеллектуальная собственность УЕФА определяется как права на обозначения, коммерческие права, имущественные права на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, права на статистические, информационные и другие данные (упорядоченные или записаны в базу данных в форме или в любом формате или в другом виде), имущественные права на базы данных (включая своеобразные и другие права), имущественные права (зарегистрированные или незарегистрированные) на другие объекты права интеллектуальной собственности УЕФА, а также имущественные права, вытекающие из соответствующих заявок [1].

Следует четко отличать понятие - информативное и коммерческое использование зарегистрированных торговых марок УЕФА. Информативное использования заключается в ознакомлении общества с событиями разрывания «Евро - 2012», коммерческое использование

состоит в получении прибыли от использования товарных знаков, логотипов и т.д.

По состоянию на 1 октября 2010 года в Украине действовали:

- На имя УЕФА 48 международных регистраций знаков, 12 свидетельств Украины на знаки для товаров и услуг и 1 патент на промышленный образец;

- На имя первых 6 коммерческих партнеров УЕФА 43 международных регистраций знаков, 230 свидетельств Украины на знаки для товаров и услуг и 1 патент на промышленный образец [3].

Главными проблемами защиты интеллектуальной собственности является несовершенство законодательной базы, недобросовестная конкуренция, паразитический маркетинг (неразрешенный маркетинг).

Несовершенство законодательства определяется несоответствием и отсутствием конкретности ЗУ «Об организации и проведении финальной части чемпионата Европы 2012 года по футболу в Украине» требованиям УЕФА, поэтому требует совершенствования и дополнения.

С целью урегулирования вопросов относительно обеспечения защиты прав интеллектуальной собственности УЕФА был разработан проект Закона Украины «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Украины относительно организации и проведения финальной части чемпионата Европы 2012 года по футболу в Украине». Но данный проект еще не принят Верховной Радой. Нужно также разработать и законодательно закрепить систему штрафных санкций конкретно к спортивному событию для запрета противозаконных действий посягательство на интеллектуальную собственность УЕФА.

Еще одним аспектом защиты интеллектуальной собственности является борьба с паразитическим маркетингом (попытка ассоциировать компанию или торговую марку с любым значимым событием без уплаты комиссионных организатору этого события) [2]. Причинами возникновения данного вида маркетинга является прежде психологический фактор, менталитет отечественных предпринимателей, то есть получение быстрой наживы без значительных затрат материальных средств, а также разветвленность теневой экономики, рейдерство различных типов, нестабильность политической ситуации и отсутствие поддержки предпринимателей малого и среднего бизнеса со стороны государства.

Для устранения запрещенного маркетинга необходимо: расширить систему жесткого контроля за использованием товарных знаков и эмблем, особенно в городах, где непосредственно будет проводиться

чемпионат по футболу, а также усилить таможенный контроль для запрета ввоза товаров-подделок из-за границы, создать наблюдательный орган, который будет подчиняться местным властям, главной целью которого - выявление подделок, нелегального использования интеллектуальной собственности УЕФА и применения штрафных санкций к нарушителям.

Как сообщает «Коммерсантъ-Украина» в публикации "Эмблема печали", за незаконное использование символики Евро-2012 в Украине хотят ввести беспрецедентные меры ответственности. Кабинет министров Украины предложил Верховной раде значительно увеличить размеры штрафов и сроков лишения свободы за нарушение прав интеллектуальной собственности УЕФА и партнеров чемпионата. Законопроект поддерживает фракция Партии регионов, однако правозащитники и юристы отмечают, что его принятие лишь усилит злоупотребления со стороны проверяющих органов.

Ввести дополнительные меры по защите прав интеллектуальной собственности УЕФА и официальных партнеров Евро-2012 Кабинет министров предложил в законопроекте "О правах интеллектуальной собственности и репутации Объединения европейских футбольных ассоциаций (УЕФА)".

Законопроект предлагает установить максимальный штраф за незаконное использование логотипов УЕФА (например "Евро-2012") в 85 тыс. грн, тогда как Кодекс об административных правонарушениях предусматривает максимальное наказание в 3,4 тыс. грн. За незаконное копирование записей футбольных матчей и распространение их в интернете пользователи и владельцы ресурсов могут быть лишены свободы на срок до шести лет (сейчас пять лет). За незаконное использование словосочетания "Евро-2012" в доменном имени, размещение рекламных баннеров на сайтах с символикой чемпионата или трансляции матчей в интернете владельцы сайтов, помимо штрафа, могут лишиться еще домена и серверов. Кроме того, за трансляцию чемпионата в общественных местах без разрешения УЕФА на экранах с диагональю более 3 м предлагают лишать владельцев заведений свободы на два года (сейчас ответственность за эти действия не предусмотрена). А водителей за незаконное нанесение на автомобиль эмблем чемпионата или перевозку контрафактной продукции могут лишить прав на три месяца [4].

Существует также насущная необходимость в проведении широкой информационно-разъяснительной кампании по вопросам

интеллектуальной собственности УЕФА и порядка использования зарегистрированных им торговых марок.

Итак, состояние защиты прав интеллектуальной собственности УЕФА в Украине можно считать удовлетворительным. Проведен ряд мероприятий по устранению недостатков законодательства и гармонизация законодательства относительно требований Ассоциации. Специалисты же убеждены, что масштабных нарушений или скандалов в этой сфере не будет, а вот мелких нарушений может быть много. Для устранения разногласий следует проводить активные информационно-разъяснительные кампании как среди спонсоров и партнеров чемпионата по футболу, так и среди отечественных предприятий, которые не принимают непосредственного участия, ведь осталось не так много времени до знаменательного спортивного события.

Улучшение системы защиты прав интеллектуальной собственности – это долгосрочная инвестиция в развитие всей страны в целом, а также отдельных ее отраслей. Вкладывая массу усилий в совершенствование системы интеллектуальной собственности к чемпионату по футболу, результаты не заставят ждать и будут иметь огромный масштаб, который отразится в развитии туризма, спорта, гостинично-ресторанного дела, науки и образования и других сфер, улучшение роли нашего государства на международной арене, в международных отношениях, создание положительного имиджа для деятельности отечественных предприятий за рубежом.

Список литературы:

1. Закон Украины «Об организации и проведении финальной части чемпионата Европы 2012 года по футболу в Украине» / ВВР №3.
2. *Василенко, М. О.* Паразитический маркетинг, как вид противозаконной деятельности [электронный ресурс] // Статья на украинском портале. Режим доступа: www.nbuv.gov.ua.
3. Электронный ресурс // Статья на украинском портале. Режим доступа: <http://euro-2012.unian.net>.
4. Электронный ресурс // Статья на украинском портале. Режим доступа: <http://mmr.ua/news>.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МОДЕРНИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

Островский И.А., канд. экон. наук, доц.

Харьковская национальная академия городского хозяйства

Определение региональных экономических систем как объекта исследования требует более тщательного рассмотрения проблем сущности и особенностей модернизации развития регионов Украины. Речь идет об обобщении взглядов на категорию «модернизация», приложении указанного термина к анализу развития страны в целом и ее отдельных регионов, сравнительном анализе развития региональных систем с точки зрения конкурентоспособности.

Методологические и прикладные аспекты регионального развития нашли отражение в работах П.Т. Бубенко, В.В. Вольчика, А.А. Гриценко, В.В. Дементьева, В.П. Решетило и других украинских и российских исследователей [1-5].

Надо отметить, что структурирование регионов получило широкое распространение в научной и учебной литературе, в частности в учебных изданиях по дисциплине «Региональная экономика». По пространственным, масштабным, историческим, отраслевым критериям ученые определяют макро-, мезо- и микрорегионы и районы, территориально-производственные комплексы и другие региональные подсистемы национальной экономики. Кроме того, регионы классифицируют по уровню и качеству жизни, степени распространения экономики знаний и т.д.

По нашему мнению, для обобщения существующих структурных классификаций особую актуальность имеет использование институциональных основ анализа. Целью данной работы является анализ особенностей институциональной структуры регионов Украины, что во многом обуславливает главные направления дальнейшей модернизации.

Поскольку институциональная модель устройства Украины не является универсальной для всех ее территорий, то можно предположить различия в качестве институтов в регионах. Для исследования качества институтов можно опираться на три методологических подхода:

1) качество институтов освещает меру объективности процесса, в рамках которого они возникают;

2) качество отражает характер исполнения институтами соответствующих функций;

3) качество институтов характеризуется достаточностью и достоверностью их внутренних свойств содержательной определенности самого института.

В соответствии с первым методологическим подходом качество институтов определяется не только основными макроэкономическими показателями, но и такими индикаторами, как, например, индекс человеческого развития (ИЧР), индекс экономической свободы и др. Эти индексы базируются на результатах анализа факторов институциональной среды, которые имеют наибольшее влияние на социально-экономическое развитие территории. О том, что высокие макроэкономические показатели не всегда обусловлены качеством институтов на данной территории и не обязательно определяют высокий уровень социальных показателей, свидетельствует опыт развития Донецкого региона, где показатель ВРП является крупнейшим в Украине, а региональный ИЧР, по расчетам ООН, является наименьшими для регионов страны [6]. Когда основные показатели человеческого развития оцениваются в региональном разрезе, становится очевидным, что существуют сильные региональные вариации, отсутствуют сильные положительные корреляции с экономическим процветанием. Частично из-за экологических проблем некоторые регионы, которые достигли значительного экономического роста, имеют также высокий уровень смертности и другие социальные проблемы. Это отражает ряд факторов, например, степень экономической специализации, являющуюся преимущественно наследием прежней административно-командной экономики, различия в эффективности регионального управления, а также различные темпы приспособления к рыночным условиям, сохранение финансовой централизации, которая также была чертой планово-командной экономики, но остается в основном неизменной.

Второй методологический подход - адекватность функций внутренней природе института. Например, речь идет об особенностях реализации прав распоряжения (собственность), взаимодействии частных хозяйствующих субъектов (рынки), функционировании структурной единицы, которая потребляет и частично предоставляет ресурсы (домашние хозяйства), деятельности производственной структурной единицы (предприятие, фирма), инфраструктурном обеспечении хозяйственного процесса (кредитно-денежная и финансовая системы, система социального обеспечения),

государственном регулировании экономики (методы и инструменты экономической политики), управления территориальным развитием (инструменты региональной политики).

Качество институтов в этом аспекте определяется тем, насколько участники овладели знаниями и пониманием тех правил и норм, использование которых необходимо им для достижения поставленной цели. Исходным индикатором такого понимания является уровень образования и профессионализма граждан. В рамках исследования конкурентоспособности 20 регионов Украины Фондом эффективного управления был оценен ряд показателей по группе «Высшее образование и профессиональная подготовка». По этому показателю в 2010 г. лидирующие позиции заняли Киев, АР Крым и Харьковская область [7]. Третье место Харьковской области - это итог противоречивого единства позитивных и негативных индикаторов. Привлекательно на фоне показателей других регионов выглядят Интернет в учебных заведениях и наличие специализированных исследований и тренингов (1 место). Но уже на среднем уровне оцениваются качество подготовки кадров и количество школ менеджмента (соответственно 8 и 10 место). Очень тревожно выглядят последние позиции области по оценке качества образования и преподавания математики и точных наук в школах (соответственно 19 и 17 места из 20 возможных). Таким образом, наблюдается разрыв количественных и качественных показателей оценки грамотности населения области.

Третий методологический подход к анализу качества региональных институциональных структур связан с доказательствами достоверности и достаточности их внутренних свойств содержательной определенности самого института. Исходя из этого, качество институтов зависит от действенности правил по регулированию взаимодействия между людьми. Ярким примером данного подхода может служить анализ формирования институтов государственно-частного партнерства.

Вступая во взаимоотношения с государственными институтами, группы частных интересов играют важную роль агрегирования и артикуляции интересов социума. Выявление форм и механизмов взаимодействия групп интересов и институтов власти является важным для понимания сущности социально-экономических и политических процессов в государстве, причин и механизмов принятия решений, формирования политики. Влияние групп интересов на политический процесс значителен на разных уровнях организации общества -

общегосударственном, региональном, городском. Как современные региональные группы интересов можно рассматривать промышленные и финансовые структуры, которые сформировались в Украине в результате процессов структурной перестройки экономики и перераспределения прав собственности. Каждая из этих компаний владеет активами в различных отраслях промышленности и регионах Украины, но отдельные территории были и остаются приоритетными при создании рабочих мест и развития инфраструктуры (например, «Приват» в Днепропетровской области «СКМ» - в Донецкой, «ДСН» - в Харьковской).

Имея большие и разнообразные ресурсы, группы интересов активно внедряются в политическую жизнь регионов, изменяя в соответствии со своими задачами течение политического процесса и состав политической элиты. При этом политическая активность групп зачастую имеет целью удовлетворение преимущественно собственных интересов. В связи с этим возникают проблемы соответствия интересов групп процессу социально-экономического и политического развития регионов, а также общественным потребностям. Группы специальных интересов создают органы лоббирования, формируют олигархические и монополистические группировки, участвующие в перераспределении ресурсов. Это приводит к атрофии института путем снижения доверия к нему. Критерием качества институтов является отношение людей к институту, а также их субъективное восприятие характера его функционирования. Наиболее известным является индекс восприятия коррупции, который предоставляет глобальная антикоррупционная организация Transparency International. По результатам исследований, в 2010 г. в рейтинге со шкалой оценивания от 0 до 10 баллов, когда 0 означает тотальную коррумпированность государства, а 10 - фактическое отсутствие коррупции, Украина получила 2,3 балла и стала рядом с такими странами, как Камерун, Эквадор, Кения, Сьерра-Леоне, Восточный Тимор и Зимбабве [8].

Но деятельность специальных групп в регионах не всегда должна рассматриваться как препятствие на пути формирования эффективной институциональной системы. В этом случае критерием эффективности институтов, в создании которых принимают участие группы специальных интересов, является их способность осуществить вклад в развитие экономики государства. Это предполагает сочетание взаимодействия региональных властных структур и бизнес-групп как институциональных новаторов для проведения государственной и структурной политики.

Институциональные структуры регионального уровня в Украине находятся в стадии становления. С одной стороны, после распада Советского Союза региональные властные органы получили дополнительные полномочия и экономические возможности в контексте инновационного развития. С другой стороны, в процессе формирования региональных органов власти и самоуправления возникла заметная несбалансированность властных полномочий, обострились противоречия между ними. Крупные местные предприятия и корпорации остаются едва ли не единственными структурами, генерирующие инновации.

Список литературы:

1. *Бубенко, П. Т.* Институційна динаміка просторової організації економічного розвитку / П. Т. Бубенко. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 295 с.
2. *Вольчик, В.* Группы интересов и качество экономических институтов / В. Вольчик, И. Бережной // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2007. – Т. 5. – № 2. – С. 57-66.
3. Институциональная архитектура и динамика экономических преобразований / под ред. А.А. Гриценко. – Х.: Форт, 2008. – 928 с.
4. *Дементьев, В. В.* Що досліджуємо, коли досліджуємо інститути? / В. В. Дементьев // Економічна теорія. – 2009. – №3. – С. 75-92.
5. *Решетило, В. П.* Синергия становления и развития региональных экономических систем: монография / В. П. Решетило; Харк. нац. акад. город. хоз-ва – Х.: ХНАМГ, 2009. – 218 с.
6. Звіт з людського розвитку в Україні 2008 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Організації Об'єднаних Націй в Україні. – Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/File/ua_full-2.pdf.
7. Отчет о конкурентоспособности Украины 2010 [Електронний ресурс] // Официальный сайт Фонда эффективного управления. – Режим доступа: <http://www.feg.org.ua/ru/article/14.html>.
8. Индекс Transparency International: Украина – № 146 [Електронний ресурс] // Інформаційно-аналітичний портал «Укррудпром» – Режим доступа: http://www.ukrudprom.ua/news/Indeks_Transparency_International_Ukraina__146.html.

БЮДЖЕТНЫЕ РАСХОДЫ НА ЖКХ

Панова О.И., канд. экон. наук, доц.

*Волгоградский государственный
архитектурно-строительный университет*

В России бюджетные поступления в ЖКХ напрямую связаны с налоговыми отчислениями. Налоговые отчисления в местные и федеральные бюджеты способствуют формированию и распределению финансовых ресурсов в различные отрасли, а также между уровнями бюджетной системы, в том числе в отрасль ЖКХ. До сих пор значительная часть финансовой помощи распределялась и распределяется без четких критериев и процедур, несмотря на имеющиеся нормативные рычаги регулирования. В связи с этим, требуется дальнейшее развитие и законодательное закрепление методологии бюджетного выравнивания, четкого разграничения ответственности и полномочий между органами власти по распределению и осуществлению бюджетных расходов на ЖКХ.

Негативный фон оптимизации расходов ЖКХ способствует механизму дотирования, недофинансированию местных бюджетов и их общей несбалансированности, приводит к отсутствию рынка профессиональных услуг по развитию и содержанию ЖКК, декларативности и формализму конкурентных и договорных отношений и пр. Реорганизация межбюджетных отношений позволит обеспечить налогово-бюджетную самостоятельность органов местного самоуправления при условии прозрачности взаимоотношений с вышестоящими бюджетами, для оптимизации распределения ресурсов.

В сфере ЖКХ оптимизации бюджетных расходов способствуют следующие факторы:

1. Обеспечение социальных льгот, выплат за счет средств федерального бюджета.

2. Сокращение расходов региональных, местных бюджетов на субсидирование ЖКХ. Отметим, что поступления в ЖКХ должно возрастать за счет платежей населения.

Какую цель имеет финансовая помощь из федерального бюджета? Во-первых, обеспечить население основными бюджетными услугами и социальными гарантиями. Во-вторых, выровнять бюджетную обеспеченность муниципалитетов в части расходов на различные нужды, в т.ч. расходы на ЖКХ. В-третьих, развить и эффективно

использовать налоговый потенциал. В-четвертых, повысить эффективность использования бюджетных расходов.

Каким критериям должна соответствовать финансовая помощь из федерального бюджета? Она должна распределяться на инвестиционную и социальную помощь и иметь выравнивающие и стимулирующие составляющие в зависимости от механизмов распределения и поставленных целей. Крайне важно, чтобы финансовая помощь распределялась по единой методике и имела объективную и прозрачную оценку. В зависимости от расходных потребностей в расчете на душу населения (потребителя бюджетных услуг), структуры развития региональной экономики. Финансовая помощь должна иметь утвержденный объем средств конкретным регионам и муниципалитетам, ограничения на перечисление в течение бюджетного года средств согласно установленным нормативно-правовым актам правительства РФ. При стабильной финансовой поддержке из федерального бюджета муниципальным властям гораздо проще прогнозировать и распределять основной объем финансовой помощи.

В стране существуют несколько фондов, откуда предоставляется помощь из федерального бюджета. Их пять: фонд финансовой поддержки субъектов РФ, фонд регионального развития, фонд компетенций, фонд финансирования социальных расходов и фонд реформирования региональных финансов.

Оптимизация бюджетных расходов на ЖКХ состоит:

1. В создании механизмов, методик выравнивания экономического положения и стимулирования деловой активности на основе государственной поддержки.

2. В самостоятельном, рациональном, экономичном распределении объемов государственной поддержки по развитию и содержанию ЖКХ, включая социальные льготы, субсидии и выплаты.

3. Упорядочение механизма льгот и дотаций.

4. Реструктуризации общих расходов на жилищно-коммунальное хозяйство с целью планомерного и последовательного снижения нагрузки на государственный бюджет, в том числе в части текущих расходов.

Известно, что в развитых странах предприятия ЖКХ в большинстве своем прибыльные, а в России существует более 50% убыточных предприятий и организаций. В связи с убыточностью предприятий достаточно сложно найти внебюджетные источники финансирования, потому что инвесторы не хотят вкладывать средства в нерентабельные предприятия. Выход из сложившейся ситуации есть.

Например, за счет налогов. Если они в большом объеме будут идти в местные и региональные бюджеты, а не в федеральный бюджет.

На протяжении долгого времени предприятия коммунальной сферы предпочитали «избыточные» механизмы для привлечения инвестиций. Основные резервы финансирования изыскивались за счет собственных источников: прибыли, амортизационных отчислений. К сожалению, средств и объемов было недостаточно, чтобы остановить износ основных средств. Думается, что даже если жилищно-коммунальные услуги будут 100% оплачивать граждане, то вряд ли эти предполагающиеся доходы предприятий расширят их инвестиционные возможности. Скорее всего, дополнительные средства будут направлены на удовлетворение текущих потребностей. В ЖКХ существует незрелость рыночных механизмов привлечения инвестиций. Этому свидетельствует тот факт, что предприятия не используют в качестве механизма привлечения инвестиций эмиссию акций, несмотря на приватизацию части предприятий ЖКК.

Коммунальные предприятия обладают низкой инвестиционной привлекательностью из-за низкой доходности вложенного капитала и высокого инвестиционного риска. Для привлечения дополнительных доходов предприятия применяют суррогатные схемы финансирования инвестиционных потребностей, а именно включение в оплату за ЖКУ целевых инвестиционных расходов. Понять руководство таких предприятий можно, так как им необходимо изыскивать средства, чтобы производить замену изношенного оборудования, а также приобретать новое, в случае повышения спроса на жилищно-коммунальные услуги.

Понятно, что прибыли и амортизационных отчислений не хватает, но напрашивается вопрос: «А при чем тут потребитель? Почему предполагаемые инвестиционные средства закладываются в тарифы?» Даже когда средства приходят на счет предприятия, то они попросту направляются на удовлетворение текущих нужд. Это, конечно, нарушает принцип целевого финансирования. Да, включение в тарифы сумм для дальнейшего обновления основных фондов дает быстрый результат, но не позволяет кропотливо и грамотно выстроить инвестиционную инфраструктуру. Заметим, что инвестиции, привлекаемые с применением рыночных механизмов, характеризуются целевым использованием средств, стимулируют эффективное управление и создают условия для снижения расходов производства. Если все-таки предприятия вводят инвестиционные составляющие в тарифы на коммунальные услуги, то необходимо использовать их по

назначению и обеспечить возврат средств населению в виде улучшения качества предоставляемых услуг и в виде последующего снижения тарифов.

ЖКК является инвестиционно непривлекательным из-за наличия больших объемов задолженности за предыдущие периоды. Реструктуризация долгов отрасли позволит выйти из сложившейся ситуации. Другой причиной низкой инвестиционной привлекательности коммунальных предприятий является отсутствие необходимых гарантий возврата вложенных средств инвесторам, а также продолжительный период их оборачиваемости. Сегодня не существует оптимального механизма гарантий возврата инвестиций, поэтому наиболее приемлемой гарантией инвестору можно рассматривать ежемесячные платежи. Когда-то было сложно оценить тарифы на электроэнергию и, соответственно, спрогнозировать отдачу от инвестиций, т.к. тарифы постоянно менялись. В результате приняли закон, запрещающий пересмотр тарифов на электроэнергию. Но, несмотря на законодательное регулирование тарифов, отдача от инвестиций в ЖКК находится на низком уровне.

Выручка от реализации услуг предприятий ЖКХ является основным источником возмещения эксплуатационных расходов. Плановая выручка рассчитывается путем умножения тарифа на объем реализуемой продукции и услуги. Выручка складывается из оплаты текущего содержания и капитального ремонта жилья, арендной платы за нежилые помещения и прочих доходов. Ставка за арендную плату за нежилые помещения дифференцирована в зависимости от типа строения, назначения помещения, от категории населенного пункта, района и характера деятельности арендатора. Что относится к прочим доходам от эксплуатационной деятельности?

1. Арендная плата за жилые помещения.
2. Пена за просрочку квартплаты и арендной платы.
3. Выручка от реализации металлолома и имущества.
4. Плата за дополнительные коммерческие услуги.

Предприятия ЖКХ привлекаются на договорной основе. В стоимость работ включена себестоимость работ и услуг расходов на оплату труда. В договоре, как правило, указываются условия: общая стоимость работ, порядок и сроки расчетов, определяются обязательства заказчика по выплате средств. Отдельно может устанавливаться стоимость технического обслуживания и текущего ремонта, а также стоимость санитарного содержания. В зависимости от качества и перечня выполненных подрядчиком работ и наличия средств

финансирования фактическая сумма оплаты по договору может отличаться от заявленной суммы (в соответствии с положениями договора). В приложении к договору указываются все изменения о порядке и размере оплаты и взаиморасчетов, качестве услуг, принятые по договоренности сторон, и иные условия.

Исходя из затрат на обслуживание единицы площади жилого фонда, с учетом рассчитанных по смете выполняемых работ, тарифов и цен на соответствующие виды работ, определяется общая стоимость работ по договору. Если смета не прилагается, то необходимо четко определить в договоре порядок и сумму финансирования, для устранения перерасхода средств. Сметы, как правило, утверждаются местным финансовым управлением с учетом запланированного объема финансирования.

Затраты на санитарное содержание обычно составляют около 70% от всей сметы расходов, а нормативные затраты на техническое обслуживание едва ли укладываются в оставшуюся сумму. Затраты на техническое обслуживание включают зарплату технического персонала, который выполняет работы собственными силами. Отметим, что крупные планово-предупредительные работы, связанные с текущим ремонтом, как правило, остаются не обеспеченными финансированием.

В заключении следует отметить, что бюджетные расходы на ЖКХ возможно оптимизировать при общем сотрудничестве федеральных и местных властей и предприятий жилищно-коммунального комплекса.

О ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИИ В ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОМ ХОЗЯЙСТВЕ И НАРУШЕНИЯХ НА ЭНЕРГОУСТАНОВКАХ, ЭНЕРГООБОРУДОВАНИИ

Панова О.И., канд. экон. наук, доц.

*Волгоградский государственный
архитектурно-строительный университет*

В отрасли ЖКХ, да и в жилищно-коммунальном комплексе, в целом, внедряются современные энергосберегающие технологии, происходит постепенное переоснащение и модернизация объектов инженерной инфраструктуры. В отрасли ЖКХ применяется Федеральный закон «Об энергосбережении» 1996 года и «Энергетическая стратегия России до 2020 года», а также федеральная целевая программа «Энергосбережение России».

ФЗ «Об энергосбережении» устанавливает и регулирует принципы энергосберегающей политики и рыночно-ориентированные механизмы её осуществления. Какие именно? Экономические, финансовые механизмы, сертификацию и стандартизацию оборудования, требования к учёту потребляемых энергоресурсов, к энергетическому оборудованию, учитываются льготы, связанные с осуществлением энергосберегающих мероприятий, принципы дифференциации тарифов.

Известно, что в 1997 году было принято постановление о том, что бюджетные предприятия необходимо оборудовать приборами учёта расхода энергоресурсов и воды до 1999 года. Постановление Правительства РФ от 08.07.97 № 832 «О повышении эффективности использования энергетических ресурсов и воды предприятиями, учреждениями и организациями бюджетной сферы» оказалось не выполненным. В настоящее время, также существует постановление, что необходимо оборудовать счётчиками холодное и горячее водоснабжение. Но, к сожалению, вновь эти требования не выполняются в полном объёме.

Существует Положение о Департаменте государственного энергетического надзора и энергосбережения министерства промышленности и энергетики РФ (Госэнергонадзора) и Положение о государственном энергетическом надзоре в РФ, на основании которых осуществляется государственный надзор за эффективным использованием энергетических ресурсов. Отметим, что Госэнергонадзор проводит мониторинг, контроль технического состояния, а также следит за безопасностью обслуживания

теплоиспользующих и электрических установок потребителей тепловой и электрической энергией, основных сетей энергоснабжающих организаций. Госэнергонадзор следит за рациональным, эффективным использованием тепловой и электрической энергии, нефти, газа, торфа, угля, горючих сланцев и продуктов их переработки в организациях, на предприятиях.

Администрация организаций эксплуатирующих энергоустановки, здания, сооружения, оборудование, связанные с потреблением, распределением, производством и подачей энергии, должна вести учёт и расследование всех технологических нарушений. В организации должна быть инструкция по учёту и расследованию технологических нарушений. Она предусматривает:

1. Схему и порядок информации об инцидентах и авариях, согласованную с местным органом власти.

2. Сотрудников организации, которые занимаются учётом и расследованием.

3. Классификацию конкретных технологических нарушений (по каждому объекту), согласованную с местным органом госэнергонадзора.

При расследовании и анализе технологических нарушений учитываются:

1. Причины нарушений, а также их виновники.

2. Сроки восстановления работоспособности повреждённого оборудования.

3. Мероприятия по повышению ответственности персонала эксплуатирующего оборудование.

4. Мероприятия по модернизации, реконструкции, замене, эксплуатации и ремонте энергетического оборудования.

5. Разработка нормативных требований по вопросам надёжности.

6. Получение сведений о нарушении работоспособности, режиме работы сооружений, оборудования в целях предъявления претензий к заводам-изготовителям, ремонтным, проектным, строительно-монтажным и наладочным организациям.

7. Порядок оформления претензий по причине технически необоснованных ограничений мощности, аварийных нарушений энергоснабжения. Отметим, что претензии могут предъявляться к энергоснабжающим организациям и потребителям электрической, тепловой энергии.

8. Определение сроков эксплуатации сооружений и оборудования (до его списания).

9. Определение потребности в запасных частях и резервном оборудовании

Какие причины и обстоятельства подлежат техническому расследованию?

1. Незапланированные ограничения и отключения электроснабжения потребителей, которые вызваны технологическими отказами, авариями.

2. Инциденты и аварии, способствующие повреждению основного и вспомогательного оборудования электрических и тепловых сетей, дизельных электростанций, отопительных котельных.

3. Превышение вредных выбросов в окружающую среду.

4. Недопустимые отключения параметров технического состояния оборудования и сетей.

Органы государственного энергетического надзора ведут учёт технологических нарушений и осуществляют контроль за соблюдением порядка расследования в соответствии с методическими рекомендациями (по техническому расследованию и учёту технологических нарушений в системах коммунального энергосбережения и работе энергетических организаций ЖКК).

Технологические нарушения подразделяют на аварии и инциденты, а инциденты на технологический и функциональный отказ. Авариями в отопительных котельных считаются:

1. Повреждение оборудования: котла (если объём работ по восстановлению составляет не менее объёма капитального ремонта), подогревателей, насосов, которые вызвали остановку котла и снижение общего отпуска тепла (более чем на 50% продолжительностью свыше 10 часов).

2. Разрушения зданий, сооружений, водонагревательных и паровых котлов, трубопроводов горячей воды и пара, воспламенения газа в топках и газоотходов котлов, вызвавшие взрывы и разрушения.

3. Разрушения газопроводов и газового оборудования.

Авариями в тепловых сетях считаются:

1. Перебои или отключение теплоснабжения у потребителей I категории (по отоплению) на срок более 8 часов.

2. Снижение теплоснабжения или полное прекращение теплоснабжения на срок более 16 часов.

3. Повреждение оборудования насосных станций, тепловых пунктов, трубопроводов тепловой сети.

4. Разрушение зданий, сооружений, трубопроводов тепловой сети в период отопительного сезона при отрицательной температуре на срок более 36 часов.

В коммунальных отопительных котельных технологическими отказами считаются:

1. Остановка приборов тепла, по вине сотрудников обеспечивающих подачу воды, электроэнергии топлива.

2. Неисправность оборудования: насосов, подогревателей (вызвавших остановку котла и приведшему к общему снижению отпуска тепла более чем на 30 % (но не более 50%) продолжительностью менее 16 часов)).

3. Повреждение оборудования – котла (если объём работ по восстановлению его работоспособности составляет не менее объёма текущего ремонта).

В тепловых сетях технологическими отказами считаются:

1. Перебои или отключения теплоснабжения у потребителей I категории на срок свыше 4-8 часов, в связи с неисправностью оборудования насосных станций, трубопроводов тепловой сети и тепловых пунктов.

Функциональные отказы в тепловых сетях – это нарушения режима не повлекшее за собой аварии, технологические отказы и отключение горячего водоснабжения. Если в неотапительный период во время испытаний произошли повреждения трубопроводов и оборудования, то данные события не являются инцидентами, как и потребительские отключения линий электропередачи, теплопроводов, подстанций и систем теплоснабжения, которые находятся на балансе потребителя, с учётом того что они произошли не по вине энергоснабжающих организаций и их объектов.

Если случаются аварии и инциденты, то они расследуются комиссией организации с участием представителя госэнергонадзора, также могут приглашаться представители органов местного самоуправления. Если выявляются дефекты проектирования, изготовления, строительства, монтажа, ремонта, то данные технологические нарушения должны расследоваться с привлечением представителей организаций-исполнителей. Все результаты инцидентов и аварий оформляются актом с приложением к нему всех необходимых документов, подтверждающие выводы комиссии.

В заключении отметим, что энергосбережение в ЖКХ и выявление нарушений на энергоустановках и оборудовании является очень серьёзным и важным процессом.

ОПЫТ ПРЕОДОЛЕНИЯ ДЕПРЕССИВНОГО СОСТОЯНИЯ УГЛЕДОБЫВАЮЩИМ РОССИЙСКИМ РЕГИОНОМ

Перов Г.О., д-р соц. наук, проф.

*Ростовский государственный экономический
университет (РИНХ)*

Осуществленная в 1993-2006 гг. реструктуризация угольной промышленности России имела существенные негативные социально-экономические последствия для большинства угледобывающих регионов страны (нередко обвальная безработица, резкое снижение уровня и качества большинства населения, миграционные потоки молодого и экономически активного населения из этих регионов, ухудшение экологической обстановки из-за беспрограммного и поспешного закрытия большого числа шахт и т.д.). Все эти явления наблюдались в таком исторически традиционно угледобывающем регионе как Восточный Донбасс (часть Ростовской области).

Рыночные преобразования без государственного вмешательства и без поддержки регионов разных типов, без координации и регулирования в интересах государства привели к некоторому усилению дезинтегрированных тенденций, нанесли ущерб национальной безопасности, ущемили права большинства россиян. Ситуация, сложившаяся в регионах России, заставляет искать пути государственного регулирования экономического и социального развития регионов в новых условиях переходной экономики и стихии рыночных отношений.

Нынешние условия предполагают такую коррекцию в системе власти и управления, которая должна преодолеть ограниченность традиционной одномерной субъект-объектной схемы социального управления и сориентировать общество на основе многообразия управленческих отношений, не предписанных сверху, не регламентированных, а формирующихся в ходе самой жизнедеятельности. И это, прежде всего, касается управления на уровне регионов и муниципалитетов, местного самоуправления. Неотлаженность механизмов управления, которые соответствовали бы новым политическим и социально-экономическим реалиям, зачастую парализует действия органов управления в центре и на местах, что заставляет по-новому взглянуть на проблемы и концепции в региональной политике России, определить уровни и задачи социального и государственного управления в этой политике.

Заслуживают внимания новые тенденции в развитии Восточного Донбасса, который в 1990-е гг. в период проведения реструктуризации угольной отрасли оказался в ситуации социально-экономической депрессии. С 2004 г. там действует «Закон о приоритетном развитии шахтерской территории», который принес существенные налоговые льготы хозяйствующим субъектам и, в определенной мере, оздоровил социально-экономическую обстановку в шахтерских городах и поселках. В регионе на смену доминировавшей угольной отрасли стабильно формируется многоотраслевая экономика смешанного типа, и комплекс связанных с этим позитивных факторов. Опыт работы указанного закона является очень важным для создания в РФ особых экономических зон.

Таким образом, современная ситуация в социально-экономическом развитии многих регионов России обусловлена совокупным влиянием различных факторов: последствиями экономического кризиса, дезинтеграцией экономического пространства, неравномерным развитием территорий, а также различными потенциальными возможностями при переходе к рыночным образованиям. Следовательно, при осуществлении инвестиционной политики должна учитываться региональная специфика, и, не в последнюю очередь, уровень развития государственно-частного партнерства в регионе.

Дальнейшее снижение напряженности в рынках труда углепромышленных территорий может быть достигнуто за счет организации крупных производств неугольного профиля, в частности технологических комплексов по переработке угля, диверсификации экономики муниципальных образований в соответствии с перспективными направлениями их хозяйственной специализации, с учетом возможности производства импортзамещающей продукции, широкого развития самозанятости как одного из ведущих, стремительно развивающихся направлений малого бизнеса. Подобный подход вполне соответствует мировой практике урегулирования социально-экономических проблем реструктуризации угольной отрасли (Германия, Великобритания, Польша).

Актуальной для угледобывающего региона становится самозанятость, которая должна органически встраиваться в экономику региона и не быть инородным, лишним, временным и недоразвитым ее элементом. Поэтому предлагается рассматривать самозанятость не как временную политику, связанную с финансовыми проблемами госбюджета, когда на инвестиции в крупные производства у государства нет денег, а как действенную в любой рыночной ситуации

политику, основанную на объективном рыночном явлении – стремлении части трудоспособного населения создавать собственный бизнес. Для этого в рамках бизнес-системы самозанятости должна вестись аналитическая работа по выявлению и созданию особых механизмов организационной поддержки самозанятых.

Некоторые из таких механизмов известны. К ним можно отнести бизнес-инкубаторы, которые призваны оказывать помощь будущим бизнесменам и предпринимателям в создании новых предприятий. При этом именно в гибком и мобильном бизнес-инкубаторе может быть осуществлен поиск наиболее выгодных форм существования нового предприятия.

Также в Восточном Донбассе часто возникают хозрасчетные коллективы, создаваемые в инициативном порядке для выполнения определенных видов работ (создаются достаточно часто, хотя не существует отдельного статистического учета таких форм самозанятости). Их даже можно классифицировать по характеру труда, разделив на творческие коллективы и подрядные коллективы. Такая классификация подчеркивает, что коллективы, создаваемые в инициативном порядке являются по сути формами самозанятости, так как, во-первых, далеко не всегда объединяют безработных, а часто состоят из работающих и неработающих граждан, которые объединяются по разным причинам, одной из которых всегда является получение дополнительного дохода, а во-вторых, механизмы создания временных хозрасчетных коллективов можно считать одной из специфических форм механизмов самозанятости, которые должны создавать правовые, экономические и организационно-управленческие возможности создания таких коллективов, способных принести пользу как участникам коллектива, так и предприятию, государству, экономике региона и обществу. Для членов коллектива — это удовлетворение потребностей; для предприятия — дополнительные доходы и прибыль; для государства — увеличение налоговых поступлений и сокращение численности безработных; для экономики региона — это появление новых субъектов рыночных отношений и их доходы, которые вплетаются в процесс мультипликации денег на региональных рынках товаров и услуг; для общества — это повышение уровня доходов населения и снижение уровня бедности.

Кроме того, коренная реструктуризация трудовых ресурсов должна осуществляться в процессе перехода угледобывающего субрегиона (как части субъекта Федерации либо страны) на инновационный путь развития. Расширение инновационной деятельности следует

осуществлять как на базе действующих предприятий, так и путем создания малых наукоемких предприятий, занятых практическим внедрением результатов НИОКР. Реализация обоих направлений связана, прежде всего, с наличием специалистов, способных обеспечить разработку инноваций, их юридическое оформление (например, получение патентов), эффективное использование инвестиций, полученных на коммерциализацию результатов НИР, продвижение новой продукции на внутренний и внешний рынки.

INTERNET IN CONTEMPORARY BUSINESS AND BUILDING E-ENTERPRISE

Branislav Polovina, MBA,

*Fakulty for Education of the Executives,
Alfa University, Novi Sad, Serbia*

Igor Dir, *Apollo, Belgrade, Serbia*

Abstract. *Since 1990s, the Internet assumed the form of a mass medium. This largest global computer network has penetrated into almost all areas of life and changed the way in which the people obtaining information, do business, and amuse themselves. Internet has changed the way of economics entities' business transactions. Also, Internet is creating opportunities to rethink business models, processes and relationships along the whole length supply chain. In era Internet Economy companies must become proactive rather than reactive in order to improve their competitiveness. In the paper attention will be pay to role of the Internet in contemporary business. The Internet will be concerned as a channel communication between firms as well as a means for revolutionize the way on which managers can improve effectiveness of business processes. Than, it will be pointed that every industry will soon feel the effects the Internet on driving e-business as well as building e-Enterprises.*

Key words: *Internet, information, e-Business, competitiveness, e-Enterprise.*

The Internet in contemporary business

The Internet is a worldwide telecommunications network that provides for rapid exchange of information in digital format, including files, written material, pictures, and sound. The information to be sent is automatically transformed into digital format for transmission and translated back into its original form at desired the destination. The number of Internet users around globe is projected to grow to over 1.2 billion by 2008. Actual growth appears to be exceeding projections. (7, p. 24).

Use of the Internet increased greatly with the development of the World Wide Web in 1995. An early form of the Internet had been developed in 1969, but was used primarily for e-mail and transferring large computer files. The use of e-mail is important to businesses in permitting the rapid and relatively inexpensive transmission of information, both domestically and internationally. It is inexpensive because users are able to send messages for just the cost of a local telephone call, and because information is sent more

rapidly than by fax. The Internet is rapidly shifting from an independent business network for managers to a strategic channel for communications and commerce, allowing companies to transform business processes and to increase their profits. Utilizing the Internet as a business network needs to enterprises have a clear understanding of customer needs and an acceptance return-on-investment to validate expenditures on Internet-related initiatives.

The Internet is clearly more than a fad.(4, p. 623). As penetration rates increase, we can certainly envisage "access to Internet" becoming as ubiquitous as access to the telephone and television- at last in the developed countries. The Internet enables to companies that improve the business performance of their business operations and better utilize the Internet channel. Examples of business-critical metrics provided by the Internet include: relative profitability of advertising campaigns; efficiency of on-line service and support offerings; and web site usage by target users. The Internet needs to provide visitors with a free, one-stop solution to find the lowest rates and most competitive plans for all their activities.

When the proportion of Internet shoppers is high and the product's nondigital attributes are not overwhelming, firms can to increase prices their products and/or services. Also, because the Internet enables consumers to save shopping time and effort. Instead of going to the store, consumers may decide to infer the missing attributes on the basis of their overall evaluation of the brand. Consequently, consumers may become more brands loyal when purchasing through the Internet. Loyal customers are fewer prices sensitive, and than firms may be able to raise their prices and increase revenues. Finally, during the emerging stages of the Internet market, consumers tend to be more affluent and therefore fewer prices sensitive.

The Internet can increase sales in three ways: market expansion, brand switching, and relationship deepening. Market expansion occurs when new customers are reached who did not yet buy in the category. Demand may expand through brand switching, that is, by winning customers from competitors. One specific way in which new segments can be tapped or customers won from competitors is through expansion of the current market to the global market. Finally, demand may expand selling more to existing clients.

Internet and building e-Enterprise

Internet commerce has already begun moving toward e-business, touching both internal and interorganizational business processes. These processes form the heart of "what the business does". Next generation enterprises will undergo the transformation from e-commerce to e-business to e-enterprise. Some business leaders refer to this as "clicks and mortar" the

perfect integration of "bricks and mortar" and "point and click". But to successfully make that transition, the organization needs an efficiency-operating model embracing the unique competencies of that particular business. This model serves as a risk management engine by which you can successfully plan and execute your own e-Enterprise strategy. The model drives the convergence of business and technology architectures, and that is critical to success in creating e-Enterprises.

The evolution of commerce over the Internet (or Net commerce) has, despite its relatively short history, entailed four phases: 1) brochure ware, 2) e-commerce, 3) e-business, and 4) e-enterprise. The emergence of these phases has occurred over the last seven years. While a beginning date is indicated for each phase, there is no end date associated with any phase. These phases often overlap so that while some companies (or divisions within a company) are operating in the brochure ware phase, other companies (or divisions) may be operating in the e-business phase. But a few leading firms are already integrating the different phases in a cohesive fashion. These companies are already beginning to enter the e-Enterprise phase.

Today is the era of the e-Enterprise. In an e-Enterprise, the whole value chain (from procurement of raw materials on the supply side to consumer retailing and customer management on the demand side) happens by combining the traditional "bricks and mortar" assets with the efficiency of cyber mediation. Because these organizations consist of complex combinations of internal and external business processes and relationships (with customers, suppliers, distributors, partners, and competitors), e-Enterprises are quickly emerging as competitive virtual entities.

The unique value proposition for e-Enterprises isn't about using the most effective manufacturing techniques or having retail outlets with excellent locations. Instead, the competitive advantage of each e-Enterprise is based on the speed and agility gained by establishing Net business models. Compared to conventional enterprise, the E-enterprise is flexible, and smart.

Fundamentally, e-Enterprise is about engineering and re-engineering inward and outward facing business processes by leveraging the unique strengths of the Net. Industry boundaries will crumble, antiquated industries gradually will become extinct, and new industries will be born to take their place. e-Enterprise is about much more than technologies such as XML or Java. Rather, it is about repositioning brands and companies, cannibalizing distribution channels through disintermediation, establishing new markets on the Net through re-intermediation, segmenting the needs of customers and, marketing products one-to-one. Making the transition from e-commerce to e-business to e-Enterprise means understanding and anticipating the changes

that must occur in every aspect of the enterprise: culture, people, business model, organizational model, application model, management processes, and technology.

In e-Enterprise, culture will come full circle back to the corporation as a whole. Instead of leading projects that address one process at a time, managers will focus on the complete enterprise. Development of new architectures with supporting applications and processes will be iterative and ongoing. Special emphasis will be placed on processes that integrate internal and external business systems, thereby empowering business leaders to make strategic decisions based on the Net.

e-Enterprises, will recognize that knowledge workers form the core for success on the Net. They will focus on aggregating the most talented and experienced personnel into process-oriented teams. These teams will then concentrate on integrating processes that flow between enterprises. The result will be co-opetitive (cooperative yet competitive) networks of virtual corporations that are linked in cyberspace to share information for mutual strategic advantage.

e-Enterprises won't be able to afford qualitative, hunch-based decision making for its strategy and application development. Instead, corporations will employ a methodology designed by industry experts. This process will be driven by methods, the creation and support of new business models, and continuously forecasting and measuring ROI on Net investments.

e-Enterprises will be flexible enough to support add-ons, reengineered procedures, and new business models. Most importantly, development and modification of the e-Enterprise platform will be an ongoing effort related to every part of the corporation.

In e-Enterprises, however, technology will play the role of a passive enabler. True change and innovation will come directly from strategic business leaders. This technology environment will depend on a ubiquitous network supported by open, published standards. Enterprise technology resources will be distributed across this network. These resources will be an even mix of new, cutting-edge products and standards, existing safe choices, and left-over legacy systems surrounded by new wrapper code to make them Net savvy.

Managers should not underestimate the preparation and resources that will be needed for a transition to e-Enterprise. Systems vendors may offer guidance, but they have an ax to grind. Objective outside experts, with experience leading other corporations through the transformation, can offer proven methodology and independent verification and validation. But to be

really successful, you must recognize that your own intensive knowledge of your business is the most critical success factor.

Becoming an e-Enterprise means using the speed, ubiquity, and power of the Net to run the entire organization in real-time: whatever the customer wants, whenever the customer wants it. Real-time product design involves a deeper understanding of environment requirements. Real-time product assembly allows corporations to manufacture and deliver individual products only after an order is placed. Real-time marketing is the epitome of customer orientation, determining which customers are most valuable to the enterprise, and marketing goods and services with perfect "segment-of-one" focus. Real-time distribution means recognizing what products are needed where, and shipping them out before the customer even notices that inventory has turned. Finally, real-time customer support means empowering the customer to get answers and product information exactly when they need it maybe even before they know it.

Conclusion

The Internet is a phenomenon that cannot be ignored. Each day the popular press is filled with topics of the growing impact of this new medium. Some researchers think that the Internet will see the relationship of a pure and perfectly competitive market. Firms easily, quickly and at a low cost can gain access to information on the potential customers. Any firm then benefits by having a larger choice of suppliers, and has the opportunity to select those that best fit its requirements. Also, the Internet provides free access to the network for all suppliers and customers. The Internet thus creates a huge potential market here a company can easily and quickly get in contact with partners that are likely to answer their requirements.

e-Enterprises are the traditional "bricks and mortar" firms that are transforming toward "clicks and mortar" entities by integrating existing asset bases with Net business models, thus leveraging the best of both. Alternatively, they may be Net-only businesses that, riding their early successes, are determined to build or acquire complementary real-world operations. Competition between traditional of firms and next-generation e-Enterprises may be strong, but the outcome will be decidedly one-sided. Firms that operated in the physical world dominated the Twentieth Century. However, the Twenty-First Century will belong to the e-Enterprises.

References:

1. *"Best Practices in Business&Competitive Intelligence"*, A Special White Paper Supplement to KM World, Volume 11, Issue 1, January 2002

2. C. Murphy and C. T. Heun, "*The Results Are In*", InformationWeek, January 29, 2001.
3. Daniel Michel, Peter Naude', Robert Salle and Jean-Paul Valla, "*Business-to-Business Marketing*", New York, 2003.
4. David R. Fortin, Ruby Roy Dholakia, and Nikhilesh Dholakia, "*Emerging issues in electronic marketing: thinking outside the square*", Journal of Business Research 55, 2002.
5. E. Berkman, "*Clicklayer*", CIO Magazine, February 1, 2001.
6. Fareena Sultan, "*Consumer response to the Internet: an exploratory tracking study of on-line home users*", Journal of Business Research 55, 2002.
7. Gerald Albaum, Jesper Strandskov, and Edwin Duerr, "*International Marketing and Export Management*", Prentice Hall, forth edition, 2002.
8. J. Berry, "*E-Business is Still an Elusive Goal for Most Companies*", InternetWeek, April 24, 2000.
9. Michael Earl and Bushra Khan, "*E-Commerce Is Changing the Face of IT*", Mit Sloan Management Review, Fall 2001.
10. P. M. Doney and J. P. Cannon, "*An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships*", Journal of Marketing 61, April 1997.
11. Radosavljević Ž., Tomić R., „*Menadžment u modernom biznisu*“, Privredna akademija, Novi Sad, 2006.
12. www.forrester.com

КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ КОНКУРЕНТНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Полуянова Н.В., аспирант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Понятие «конкурентный потенциал» встречается в экономических трудах относительно редко, поэтому его содержание нельзя считать до конца оформленным. Можно выявить множество трактовок термина «конкурентный потенциал», исходя из многоаспектности понятия «потенциал», произошедшего от лат. *potentia*, что означает обладание силой для совершения каких-либо действий. Словарное определение «потенциала» дает его представление в качестве источников, возможностей, средств, запасов, которые могут быть использованы для достижения какой-либо цели. Иными словами, потенциал здесь понимается как совокупность имеющихся у субъекта ресурсов. Вместе с тем, не все авторы разделяют данную позицию. Некоторые считают, что потенциал – это неактуализированные возможности. Есть и примиряющая данные точки зрения позиция. Например, у О.М. Перминовой отмечается, что необходимо рассматривать две ипостаси потенциала: потенциал ресурсов и потенциал использования данных ресурсов [9]. На наш взгляд, термин «потенциал» отражает имеющиеся у некоего субъекта на данный момент возможности, в виде его ресурсов или способностей. В свою очередь использование данных ресурсов отражает уровень реализации потенциала.

Отметим, что принятый в отечественной литературе термин «потенциал» предприятия в зарубежных источниках заменяется термином «компетенция». При этом если материальные составляющие (технические, технологические, кадровые и другие возможности предприятия) данных явлений совпадают, то нематериальная часть представлена шире при описании компетенций. На наш взгляд, источником гарантированных конкурентных преимуществ предприятия являются, как материальные, так и нематериальные компетенции, которые могут быть защищены и видоизменены в будущем для создания новых комбинаций ресурсов. Проблему защиты ключевых компетенций предприятия, как правило, решают путем ограничения доступа конкурентов к ресурсам.

Согласно точке зрения М.В. Лисенкова, конкурентный потенциал – это совокупность располагаемых природных, материальных, трудовых, финансовых ресурсов, формирующих конкурентные преимущества [7, с. 64]. Данный автор выделяет три элемента конкурентного потенциала:

- 1) ресурсный, складывающийся из ресурсных и материальных конкурентных преимуществ;
- 2) кадровый, сформированный из интеллектуальных и трудовых преимуществ;
- 3) инновационный, состоящий из инновационных и инвестиционных конкурентных преимуществ [7, с. 64].

В данном определении конкурентный потенциал показан как часть экономического потенциала, *позволяющая сформировать долговременные конкурентные преимущества*. Идея связи конкурентного потенциала и конкурентных преимуществ есть и у других авторов. В частности, Е.В. Кучина отмечает, что уровень конкурентного потенциала предприятия отражает перспективную (латентную) конкурентоспособность и определяется совокупностью конкурентных преимуществ и степенью их реализации в текущей и долгосрочной деятельности на рынке [6]. Вместе с тем, в данном определении показано влияние конкурентного потенциала на долгосрочную конкурентоспособность. Отсюда вырисовывается еще один круг дефиниций, в которых конкурентный потенциал уже преподносится как *дающий долгосрочную конкурентоспособность*. Также П.В. Забелин и Н.К. Моисеева определяют конкурентный потенциал как потенциальную возможность (текущие предпосылки) сохранять и увеличивать конкурентоспособность в долгосрочном периоде, как совокупность параметров, определяющих возможность организации эффективно функционировать на рынке [4, с. 26]. Иными словами, в отличие от конкурентоспособности в понятие «конкурентный потенциал» вкладывается представление о долгосрочности наличия у предприятия способности успешно конкурировать.

Помимо этого в некоторых определениях в конкурентный потенциал закладывается *свойство синергичности*. Так, например, уровень проявления и развития элементов конкурентного потенциала у О.М. Медведевой выражается в конкурентоспособности предприятия, а сам конкурентный потенциал является имеющей возможность достигать синергетического эффекта совокупностью инновационно-образовательного, финансового, маркетингового, информационного, научно-инновационного, производственного, экологического,

организационного потенциалов. При этом составляющими конкурентного потенциала предприятия называются конкурентоспособность продукции, эффективность деловой стратегии, уровень усилий в обслуживании [8, с. 89]. Не совсем понятна, однако, связь между представленными потенциалами и тремя элементами конкурентного потенциала, выдвинутыми автором впоследствии. Тем более что далее в своей работе О.М. Медведева предлагает выделять внешний и внутренний конкурентный потенциал.

С позиции Г.А. Ковалевой конкурентный потенциал представляет собой, с одной стороны, *структурный элемент конкурентных отношений*, а с другой – совокупность располагаемых ресурсов, средств и источников различного свойства, которыми обладает субъект хозяйствования, и которые могут быть вовлечены в воспроизводственный процесс для достижения целей развития [5]. В целом надо отметить, что ресурсный подход к представлению конкурентного потенциала преобладает в литературе. В трактовке В.И. Белых, О.В. Щеголевой конкурентный потенциал – понятие, включающее: *внутренний ресурсный потенциал*, обеспечивающий достижение предприятием конкурентных преимуществ, и *внешний потенциал*, позволяющий предприятию выдержать воздействие внешних неблагоприятных факторов за счет привлечения ресурсов других участников рынка, т.е. воспользоваться кооперацией и сотрудничеством [2].

Вместе с тем, есть и другие точки зрения. В частности, у А.Волкова конкурентный потенциал является *составляющей конкурентного пространства* предприятия и отрасли промышленности, на который также оказывают влияние региональные особенности рынка и характер регулирования [3]. При этом конкурентное пространство определяется им как системное взаимодействие элементов отраслевого рынка, определяющих состояние конкурентной среды с учетом региональных особенностей производства, организации продажи, хранения и потребления продукции. Часто конкурентный потенциал понимается как стратегический и преподносится как совокупность всех возможностей предприятия по выпуску продукции, включая управленческий потенциал.

Рассматривая категорию «конкурентный потенциал», считаем важным подчеркнуть ее связь и различия с термином «конкурентный статус». У И. Ансоффа конкурентный статус предприятия определяется как мера его положения в конкуренции, а также как показатель, отражающий конкурентные позиции предприятия, как предпосылка

достижения того или иного уровня конкурентных преимуществ [1]. Иными словами И.Ансофф приравнивает конкурентный статус к понятию «конкурентная позиция». Однако в литературе встречается и другой подход, в соответствии с которым конкурентному статусу приписываются характеристики конкурентных потенциала (возможностей). В частности, А.Н. Тридед рассматривает конкурентный статус как комплексную сравнительную характеристику предприятия относительно конкурентов, которая отражает его внутренний потенциал, позицию в конкурентных сегментах рынка и способность удерживать ее под влиянием дестабилизирующих факторов внешней среды [10]. На наш взгляд, конкурентный статус является результирующей характеристикой конкурентного поведения, конкурентоспособности предприятия на протяжении длительного периода. Значит, конкурентный потенциал можно рассматривать как ресурс, необходимый для приобретения конкурентного статуса. Иными словами, в данном контексте нам ближе точка зрения И. Ансоффа.

Таким образом, конкурентный потенциал действительно может быть представлен с ресурсной позиции. Продуктивное использование конкурентного потенциала позволяет нарастить конкурентные преимущества. Поэтому конкурентный потенциал, по нашему мнению, необходимо рассматривать как основу для формирования конкурентных преимуществ, которые, в свою очередь, определяют конкурентоспособность предприятия на рынке. Вместе с тем, поскольку в конкурентном потенциале заключена возможность выдерживать конкуренцию, в том числе за счет формирования конкурентных преимуществ, необходимо при его определении учесть и связь с внешними по отношению к предприятию факторами, влияющими на конкурентную устойчивость. В целом мы представляем конкурентный потенциал как ресурсную составляющую конкурентной устойчивости.

Конкурентный потенциал определяется внутренней средой предприятия, но в большой степени зависит от сложившихся отношений с внешней средой, от величины потребительского спроса, от действий конкурентов, от связей с поставщиками и пр. Поэтому правомерно, на наш взгляд, выделить в составе конкурентного потенциала компоненту, определяющую эффективность партнерских отношений – партнерский потенциал. Таким образом, в отличие от существующих подходов *трактовка конкурентного потенциала с нашей точки зрения предполагает учет в его составе адаптационного и партнерского потенциала*. Необходимо учитывать, что конкурентный

потенциал носит вероятностный и изменчивый характер, его величина определяется наименее слабой его составляющей.

Список литературы:

1. *Ансофф, И.* Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питерком, 1999.-416с.
2. *Белых, В. И.* Конкурентный потенциал предпринимательских структур автомобильного транспорта / В. И. Белых, О. В. Щеголева // Инновационное образование и экономика. – 2008. - №3 (14). – С. 28-30.
3. *Волков, А.* Экономический механизм повышения конкурентного потенциала предприятий / А. Волков // РИСК. – 2010. - № 2. – С. 274-280.
4. *Забелин, П. В.* Основы стратегического управления: учеб. пособие / П. В. Забелин, Н. К. Моисеева. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1998.-195с.
5. *Ковалева, Г. А.* Оценка потенциала конкурентоспособности как инструмент управления социально-экономическим развитием муниципальных образований / Г. А. Ковалева // Экономика региона. 2006. - № 4. – С. 158–164.
6. *Кучина, Е. В.* К оценке конкурентоспособности промышленного предприятия [Текст] / Е. В. Кучина // Известия УрГЭУ. – 2010. - №5 (31). – С. 25-28.
7. *Лисенков, М. В.* Конкурентный потенциал и конкурентная стратегия в совокупности отношений конкурентоспособности [Текст] / М. В. Лисенков // Вестник ТГУ. – 2008. – № 2 (58). – С. 63-65.
8. *Медведева, О. М.* Сущность и содержание конкурентного потенциала организации / О.М. Медведева, А.В. Баранова // Вестник ИжГТУ. – 2008. - № 4. – С. 87-90.
9. *Перминова, О. М.* Сущность инновационно-образовательного потенциала и его роль в управлении предпринимательской деятельностью государственного вуза [Текст] //Реальный сектор экономики: теория и практика управления. – 2006. – № 2. – С. 70-79.
10. *Тридід, О. М.* Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства / О. М. Тридід. – Х.: ХДЕУ, 2002.-364с.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ

Пономарева Т.Н., канд. экон. наук, доц.
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Обострение конкуренции, наблюдающееся в последние годы, заставляет организации сместить акцент своей деятельности на взаимоотношения с клиентами и повышение их лояльности. Согласно закону Парето, основной объем продаж компании (80%) приходится на долю лояльных потребителей (20%). И именно на удержание этих 20% потребителей должны быть рассчитаны программы лояльности, так как расходы торговой фирмы на завоевание новых клиентов в разы превышают расходы на укрепление уже существующей клиентской базы.

Лояльность (от англ. «loyal» - верный, преданный) представляет собой качественную характеристику потребителя, отражающую его приверженность к товару, бренду, либо к организации в целом в течение всех этапов жизненного цикла потребителя.

Важно отметить, что лояльность покупателя часто отождествляется с его удовлетворенностью. Разница между удовлетворенностью и лояльностью способствовала возникновению противоположных выводов. Некоторые авторы считают, что «только удовлетворенность, не лояльность, может выступать как достижимая цель для компании» и подтверждают данное мнение наличием действенных методик измерения удовлетворенности клиентов в противоположность отсутствию способов определения их лояльности. Другие, наоборот, отмечают, что «лояльность, а не удовлетворенность, должна быть действительной целью компании», так как факт удовлетворенности покупателя не гарантирует совершения им повторных покупок, что является причиной невозможности использования в качестве значимых данных факта удовлетворенности потребителя.

Вторая позиция является более обоснованной, поскольку удовлетворение покупателя необходимое, но не достаточное условие лояльности. Удовлетворенность клиента не всегда влечет за собой повторные покупки покупателя и увеличение объемов продаж компании, ее можно рассматривать как первоначальный этап на пути к формированию лояльности.

Программа лояльности – это форма маркетинга, которая направлена на создание долгосрочных отношений с клиентами, с целью

сделать их постоянными покупателями. Лояльность позволяет понять потребности клиента и разработать те сервисы обслуживания, которые ему необходимы. Задача программ лояльности заключается в формировании, сохранении, расширении и укреплении устойчивой клиентской базы.

К основным *инструментам программы лояльности* относятся дисконтные программы, розыгрыши призов, скидки, бонусные программы, подарочные сертификаты, тестирование услуг. Однако лояльность – это не только скидка. Использование только скидок как единственного инструмента программ лояльности слабо влияет на формирование базы лояльных покупателей. Как правило, ключевыми факторами обретения лояльности являются: положительный опыт взаимодействия, хорошие рекомендации, устойчивая репутация компании, обеспечение политики конфиденциальности в отношении потребительских данных, благотворительная или общественная деятельность компании и др.

В маркетинговой литературе существуют различные классификации лояльности. Обычно выделяют следующие типы:

Поведенческая лояльность проявляется при покупке продукции на постоянной основе, но при отсутствии привязанности. В такой ситуации потребитель индифферентен к марке, поэтому при первой возможности он с легкостью переходит к покупке другого бренда.

Лояльность, связанная с отношением, предполагает, наоборот, заинтересованность потребителя в покупке. Такой тип лояльности проявляется в наличии полной вовлеченности, потребитель испытывает эмоциональную привязанность и глубокую удовлетворенность.

Транзакционная лояльность рассматривает изменения в поведении покупателей: показатели повторной покупки, долю определенной торговой марки в общих объемах покупок по товарной категории, количество купленных марок. Но при этом не указываются факторы, вызывающие данные изменения.

Перцепционная лояльность акцентирует внимание на таких аспектах, как субъективные мнения потребителей и их оценки (удовлетворенность, заинтересованность, хорошее отношение, чувство гордости, доверие и т.д.). Этот тип лояльности измеряется с помощью опросов покупателей и позволяет прогнозировать изменения спроса на продукцию в будущем.

Комплексная лояльность рассматривает комбинацию *транзакционной и перцепционной лояльностей*. В пределах данного типа выделяют несколько подтипов:

а) истинная лояльность – возникает тогда, когда потребитель удовлетворен маркой и регулярно покупает ее. Эта часть клиентуры наименее чувствительна к действиям конкурентов;

б) ложная лояльность – проявляется тогда, когда потребитель покупает марку, но при этом не испытывает ни удовлетворения, ни эмоциональной привязанности к ней. Данная группа потребителей покупает марку в связи с сезонными или накопительными скидками или же в связи с временной недоступностью марки, которая ему больше нравится. При первом удобном случае подобный потребитель сразу же перестанет пользоваться этим брендом и перейдет на бренд, к которому он испытывает чувство привязанности;

в) латентная (скрытая) лояльность – проявляется в ситуациях, когда потребитель высоко оценивает марку, но не имеет возможности часто приобретать ее, однако, когда у него появляется такая возможность, он приобретает именно ее;

г) отсутствие лояльности – состояние, при котором потребитель не удовлетворен маркой и не покупает ее.

Рассматривая вопрос оценки лояльности необходимо отметить, что данная задача достаточно сложна с точки зрения количественных измерений. Проблема состоит в анализе достаточно разнородных по своей природе данных – не всегда понятно, что именно анализировать и есть ли хоть какая-то взаимосвязь между проводимой программой удержания клиентов и колебаниями оборотов, объемов продаж и т.д.

Как правил, исследование лояльности клиентов основаны на критериях и показателях, формирующих ожидания потребителей. Критериями оценки являются те показатели, которые наиболее важны для клиента при его сотрудничестве с организацией, причем для каждого критерия целесообразно устанавливать вес (степень важности) на основе опроса потребителей.

Для оценки уровня удовлетворенности клиентов можно использовать специальный индекс:

$$I_y = \sum_{i=1}^n O_i \cdot B_i,$$

где I_y – индекс удовлетворенности;

i – номер критерия оценки;

n – общее число критериев оценки;

O_i – оценка критерия;

B_i – вес i -го критерия.

Важной задачей измерения уровня удовлетворенности является определение такого уровня в процентах от максимального, при котором клиент уходит из компании, и уровня уменьшения удовлетворенности, когда клиент может сокращать объем своих закупок. Анализируя историю взаимоотношений с клиентом, можно вывести значения этого индекса. Если его уровень будет приближен к критическому значению, необходимо выявить причины неудовлетворенности и разработать мероприятия повышения лояльности.

Методика измерения лояльности может быть выражена фактическим поведением клиента и его намерениями, выявленными в ходе опроса, а может быть выражена с помощью расчета показателей повторных покупок. Многие маркетологи полагают, что если доля повторных покупок составляет более 60%, то такой потребитель обязательно является лояльным.

Еще одним методом измерения лояльности можно считать *конверсионную модель*, позволяющую измерять степень/уровень приверженности. Модель основана на измерении двух параметров – сила приверженности и диспозиция. Согласно этой методике, рынок сегментируется согласно психологическим и поведенческим характеристикам на следующие группы: приверженные, стабильные, нестабильные, ненадежные, свободные, противоречивые и недоступные. Методика позволяет определить, на какие группы следует оказывать воздействие, чтобы увеличить продажи, какие марки представляют наибольшую угрозу. В рамках этой методики проводится так же анализ имиджа и позиционирования в сравнении с конкурирующими марками. В результате использования методики можно получить стратегический анализ с точки зрения относительной важности марки для потребителя и относительной результативности по сравнению с конкурентами.

Для оценки уровня лояльности существует также подход, основанный на измерении так называемой «пожизненной ценности клиента», «Customer Lifetime Value» (CLV) – текущей ценности вероятных будущих доходов, полученных от конкретного покупателя. Расчет данного показателя учитывает среднюю величину продажи, количество покупок в год, срок клиентской лояльности, средний доход компании, приносимый конкретным клиентом и расходы на привлечение покупателя и организацию покупки. В то же время многие компании осознают, что CLV, являющийся одним из компонентов CRM, – довольно трудноуловимый показатель. Во-первых, его сложно

подсчитать с определенной долей точности, во-вторых, сложно использовать.

Достаточно важно для измерения лояльности произвести сегментацию клиентов, основываясь на типе лояльности и принимая во внимание те аспекты, которые являются определяющими для данного типа.

Критериями сегментации клиентов могут служить и показатели RFM (Recency – время с последней покупки, Frequency – частота посещений, Monetary value – затраты покупателя за период). Сегментация позволяет, с одной стороны, учесть особенности поведения различных групп клиентов, с другой – сделать экономически целесообразными специальные предложения или условия для них.

Успешно действующая программа лояльности направлена на глубокое и персональное знание клиентов. В этом случае предприятие имеет возможность сделать им правильное предложение в правильное время с правильной ценой и по правильному каналу. База данных о клиентах с подробной и точной информацией о них представляет настоящее стратегическое оружие, способное оказывать огромное влияние на успех компании в будущем, поэтому анализ информации о клиентах, их потребностях и уровне удовлетворенности этих потребностей, является самым важным элементом разработки программы лояльности. Немаловажной составляющей программ лояльности является двусторонняя коммуникация с клиентом, получения обратной связи.

Предприятию мало иметь разработанную систему повышения лояльности – необходимы и средства контроля ее эффективности. Необходимо постоянно отслеживать изменение структуры потребителей, например, целесообразно рассчитывать доли крупных потребителей к общему количеству клиентов, анализировать динамику изменения доли потребителей, рассчитывать критерий оценки преданности (количественный и качественный) и т.п.

Результаты исследования позволяют сделать общий вывод о том, что лояльность покупателей является одним из самых значимых факторов, обеспечивающих стабильное существование и развитие бизнеса. Задача анализа экономических выгод отношений с потребителями формирует требования к клиентоориентированной политике на предприятии и предполагает создание долговременных взаимоотношений с клиентами. Результатом такой политики должна стать разная стратегия компании по отношению к различным группам

потребителей и соответствующее поведение сотрудников компании с клиентами. И чтобы системы лояльности стали успешными, в работу с ними необходимо вовлечь всех сотрудников компании, а не только подразделения маркетинга и сбыта.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ГОРНОРУДНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА КМА

Попцова М.М., ст. преп.
*Губкинский институт (филиал) ФГБОУ ВПО
«Московский государственный открытый
университет им. В.С. Черномырдина»*

Одним из направлений оптимизации управления трудовым потенциалом горнорудной компании является оптимальная по численности и кадровому составу профессионально-квалификационная структура работников.

Как показал анализ статистических показателей кадровых служб горнорудных компаний региона за 2007-2010 гг., в наибольших масштабах текучесть кадров происходит среди промышленно-производственного персонала. В этой связи принципиально важным является выявление причин текучести кадров. В результате проведенного анкетирования автором было выявлено, что по мнению рабочих, наиболее существенными причинами, которые способствуют принятию решения об увольнении с предприятия, оказываются следующие: 1) плохие условия труда; 2) неудовлетворенность размерами заработной платы; 3) плохие отношения с непосредственным руководством; 4) напряженная работа; 5) конфликты с коллегами на производстве; 6) отсутствие перспектив карьерного роста. Опрошенные эксперты (руководители и специалисты предприятий) выстроили следующую градацию основных причин текучести кадров: 1) напряженная работа; 2) плохие условия труда; 3) неудовлетворенность размерами заработной платы; 4) конфликты с коллегами на производстве; 5) плохие отношения с непосредственным руководством; 6) отсутствие перспектив карьерного роста.

Распределение ответов среди рабочих и экспертов свидетельствует о том, что и одна и вторая группа наибольший приоритет среди причин текучести кадров отдает производственным и материальным факторам. Затем следует блок, который можно условно назвать «социально-психологический», характеризующий особенности протекания межличностных отношений в плоскостях: работник - работники, подчиненный-руководитель. Отсутствие карьерного роста явно недооценивается как одна из причин принятия решения об увольнении с предприятия, особенно молодых кадров, явно недооценивается ни

рабочими, ни экспертами. Данный аспект косвенно свидетельствует об определенных проблемах с организацией системы непрерывного карьерного роста, которые существуют на горнорудных предприятиях региона. Опыт успешно функционирующих как российских, так и зарубежных компаний свидетельствует о том, что в них значительное внимание изначально уделялось проблемам подготовки кадрового резерва.

Опрос, проведенный среди экспертов горнорудных предприятий Белгородской области, на предмет работы с кадровым резервом на их предприятиях, позволил выявить следующую картину (рис. 1). В состав экспертов были включены руководители подразделений горнодобывающих предприятий Белгородской области (руководители управлений и отделов, начальники цехов, смен, специалисты кадровых служб, руководители учебно-производственных комбинатов).

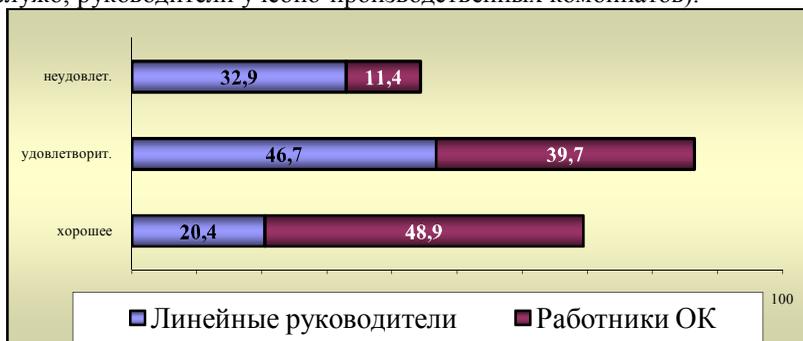


Рис. 1 - Распределение ответов экспертов на вопрос «Как вы оцениваете состояние работы с кадровым резервом на вашем предприятии?»

Примечательно, что линейные руководители в большинстве своем невысоко оценили состояние работы с кадровым резервом на их предприятиях. Специалисты кадровых служб и руководители учебно-производственных комбинатов оценили состояние работы с кадровым резервом более высоко. Проведенное исследование управления трудовым потенциалом горнорудных предприятий Белгородской области не оставляет сомнений в том, что одним из приоритетных направлений оптимизации использования их трудового потенциала может выступать целенаправленная и системная работа по формированию кадрового резерва.

Целью работы с кадровым резервом является своевременное замещение должностных позиций штатного расписания наиболее квалифицированными, подготовленными и перспективными

сотрудниками, а также планирование деловой карьеры и профессионального продвижения персонала.

Основными задачами работы с кадровым резервом должны выступать: 1) обеспечение преемственности управления; 2) обеспечение готовности работников, состоящих в кадровом резерве к назначению на перспективные должности руководителей и специалистов. Фундаментальными принципами работы с кадровым резервом на горнорудных предприятиях должны быть: 1) актуальность и оптимальность состава кадрового резерва; 2) соответствие кадрового резерва установленным требованиям; 3) добровольность участия в кадровом резерве; 4) объективность оценки работников; 5) ответственность руководителей компании за организацию работы с кадровым резервом и его профессиональную подготовку. Организационно-методическое руководство работой с кадровым резервом горнорудных предприятий целесообразно осуществлять отделам кадров под руководством директоров по кадрам и социальным вопросам. Значительная работа должна быть проведена по определению должностной структуры и численности резерва кадров.

Еще одним из резервов оптимизации управления трудовым потенциалом горнорудных предприятий Белгородской области является совершенствование системы подготовки кадров для данных предприятий: 1) совершенствование взаимодействия с региональными профессиональными учебными заведениями (ВУЗами, ССУЗами, ПТУ); 2) внесение корректив в процесс подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников предприятий, который осуществляется на базе УКК.

Результаты исследования автора по данному вопросу позволяют говорить о наличии определенных проблем в сфере подготовки кадров для горнорудных предприятий Белгородской области: 1) старение кадров основных специальностей на предприятиях; 2) постоянно снижающийся потенциал научно-педагогических школ (средний возраст профессорско-преподавательского состава в большинстве ВУЗов региона – старше 60 лет); 3) отсутствие преемственности поколений в организациях НПО-СПО-ВПО; 4) морально устаревшее материально-техническое и учебно-методическое обеспечение учебного процесса; 5) отсутствие системного взаимодействия между образовательными учреждениями и предприятиями отрасли по развитию кадрового потенциала системы образования.

Данные обстоятельства в совокупности со снижением качества подготовки выпускников в общеобразовательных учреждениях снижает качественные параметры будущих специалистов

Следует также отметить, что заработная плата для подавляющего большинства работников исследуемых железорудных предприятий Белгородской области является основным источником поступления доходов. Поэтому особое внимание необходимо уделять вопросам определения оптимального уровня оплаты труда на предприятии. В следующем вопросе работникам горно-обогатительных комбинатов региона предлагалось указать, на чем больше всего отражается недостаток семейных доходов.

Таблица 1 - Распределение ответов на вопрос «При недостатке семейного дохода это в большей степени отражается на»

	<i>Мужчины</i>		<i>Женщины</i>	
	<i>чел.</i>	<i>%</i>	<i>чел.</i>	<i>%</i>
Питании членов семьи	12	8,0	8	16,0
Медицинском обслуживании, лекарствах	21	14,1	7	14,0
Оплате услуг ЖКХ	11	7,3	5	10,0
Одежде	23	15,3	10	20,0
Погашении кредитов	42	28,1	8	16,0
Оплате за учебу детей	22	14,6	10	20,0
Другое	19	12,6	2	4,0
Итого	150	100,0	50	100,0

Таким образом, у работников горнорудных предприятий недостаток семейного дохода в наибольшей степени сказывается на необходимости погашения кредитов, оплате за учебу детей в профессиональных учебных заведениях, а также одежде. Это свидетельствует о том, что заработная плата работников железорудных предприятий Белгородской области полностью покрывает их потребности в питании, оплате коммунальных услуг, тратах на медицину. Причем, данная ситуация характерна и для мужской, и для женской части обследованных предприятий.

Принятые Правительством Российской Федерации и руководством Белгородской области программы повышения благосостояния и качества жизни людей дают основные стратегические направления решения задач для выполнения поставленной цели по достижению уровня жизни населения страны до аналогичного уровня развитых стран. Экономической основой качества жизни наемных работников является социальный уровень их оплаты труда. Большое значение при этом имеют количественные стартовые показатели уровня жизни (средняя заработная плата, уровень потребления материальных, культурных и духовных благ, семейная нагрузка с учетом воспитания и обучения детей, денежные накопления) и методы их расчета. Сложность решения этих задач заключается в определении соответствий между стоимостью товара рабочая сила и его ценой. Таким образом, определение общественно необходимой величины заработной платы, соответствующе современному уровню потребления материальных, социальных и духовных благ является актуальной задачей.

По заказу Центрального Совета горно-металлургического профсоюза Всероссийским центром уровня жизни Министерства труда и социального развития России выполнено научно-методическое обоснование «Разработка минимального отраслевого стандарта оплаты труда рабочего, занятого в основных цехах металлургического производства». Вышеприведенная методика использована при выполнении исследований, в которых учтено действие ряда факторов, происшедших за последние годы и определяющих рост личных расходов и других затрат на обеспечение восстановительного уровня жизни работающих и членов их семей, заключающихся в следующем: 1) переход к полной оплате услуг ЖКХ, расширение платности медицинских (вне перечня ОМС) и образовательных услуг, коммерциализация учреждений культуры; 2) переход на платное приобретение жилья и развитие системы аренды жилых помещений, а также платного образования детей; 3) развитие потребительского кредитного сегмента в расходах работников, использование ипотеки для улучшения жилищных условий; 3) наличие в каждой семье компьютера, Интернета и автомобиля.

Результаты расчетов социального уровня оплаты труда для основных рабочих карьера (машиниста экскаватора 6 разряда) приведены в Таблице 2.

Таблица 2 - Социальный уровень оплаты труда рабочего базовой профессии

№ п/п	Статьи расходов социального бюджета	Сумма, руб.
1	2	3
1	Продукты питания	5648
	продовольственные товары	3888
	питание в системе общепита	1760
2	Непродовольственные товары	7291
	товары индивидуального пользования	1154
	товары общесемейного пользования	4457
	товары для досуга и отдыха	1681
3	Услуги	7242
	ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА	20181
4	Денежные сбережения	6788
	текущие сбережения	2263
	долговременные сбережения	4525
5	Кредитование	3935
	ежемесячная процентная ставка за пользование кредитными средствами на потребительские нужды	1312
	ежемесячная процентная ставка за пользование кредитными средствами на приобретение жилья	2623
6	Обязательные платежи и сборы	4018
7	ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ БЮДЖЕТ	34921
8	Семейная нагрузка	18163
9	СОЦИАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ ОПЛАТЫ ТРУДА (СУОТ)	53084

Потребительская корзина машиниста экскаватора 6 разряда составляет 20180 руб. Социальный уровень его оплаты должен составлять 53 тыс. рублей в месяц.

Таким образом, исследование, проведенное на материалах Белгородской области и горнорудных предприятий региона, выявило следующие сложности и проблемы воспроизводства трудового потенциала.

1) Демографическая ситуация как на территории области, так и в районах сосредоточения горнорудных предприятий (г. Губкина и г. Старый Оскол) продолжает сохранять свою напряженность. Несмотря на некоторые позитивные тенденции в последние 2 года (незначительный рост рождаемости и сокращение смертности), естественная убыль населения продолжается. Уже сегодня общество столкнулось с последствиями низкой рождаемости и высокой смертности, характерными для 1992-1995 гг., что получило название «демографической ямы».

2) В системе подготовки кадров для региональной экономики, в т.ч. для горнорудных предприятий сохраняется целый ряд негативных факторов. Несмотря на то, что реальный сектор экономики области испытывает вполне ощутимый дефицит рабочих кадров, тем не менее, происходит отток из профессиональных учебных заведений, готовящих специалистов по рабочим специальностям. Это создает дополнительное напряжение на региональном и локальных рынках труда. Современное образование должно удовлетворять потребностям бизнеса в новых профессиях и специальностях, что возможно при построении системы взаимодействия государство – ВУЗ – предприятие – студент на принципах государственно-частного партнерства и корпоративной солидарности. Процесс обучения должен быть выгоден всем сторонам: государству, работодателю, студенту.

3) соответствий между стоимостью рабочей силы и его ценой.

Все это требует четких скоординированных и системных мер со стороны региональных органов законодательной и исполнительной власти, муниципальных властей, руководителей предприятий, образовательных учреждений, всех заинтересованных структур по оптимизации использования трудового потенциала региона, муниципального образования, предприятий.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ – ЗАЛОГ УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СФЕРЫ МАЛОГО БИЗНЕСА

Приходько Н.И., канд. экон. наук, доц.

Харьковский торгово-экономический институт КНТЭУ

В работе «Проблема выбора стратегии на XXI век» Л. Абалкин отмечает, что «Глобальные изменения состоят в том, что в наше время, на границе веков, главным фактором общественного развития становится не научно-технический прогресс, а качество человека [1, с. 15]. В этой связи происходит глобальная трансформация общественной жизни: экономическая доминанта отходит в основу, а господствующее положение занимает социокультурный тип развития общества». Центром и осью, которого становится развитие и реализация человеческого потенциала, самореализация личности в работе и творчестве. Благодаря применению предпринимательских способностей человека, создающего нечто новое, и тем самым нарушающего равновесие на рынке, что приводит к получению бизнесменом предпринимательской прибыли, являющейся главной целью любого бизнеса, в частности малого. Это проявляется в заполнении новых ниш на рынке через выдвижение новых идей (на рынке конкурируют интеллект, новые идеи и знания, а технологии в этом случае являются производными от них), через новые формы организации производства, новые технологии, которые позволяют получать доход, пока другие предприниматели не овладеют этими технологиями. Тогда перед ним становится проблема поиска и заполнения новых ниш, которые способны давать предпринимательскую прибыль.

Накопление интеллектуального капитала является первоочередной задачей современных малых предприятий, которые рассчитывают на успех. Наличие интеллектуальной составляющей в функционировании малых предприятий является залогом их успешной деятельности. Именно малые предприятия являются наиболее эффективной системой превращения интеллектуального потенциала в интеллектуальный капитал. В условиях обострения конкуренции интеллектуальная личность все больше превращается в важный фактор предпринимательской прибыли, а инвестиции в человеческий капитал и венчурное финансирование являются фундаментальными особенностями воспроизводства финансовых ресурсов малого бизнеса.

В развитых странах в сфере малого бизнеса функционируют венчурные фирмы, основанные на частной собственности. Благодаря

использованию интеллекта своих работников они обслуживают большие корпорации и монополии на основании определенных договоров, за что получают от последних финансовые ресурсы.

Человек, владеющий интеллектуальным капиталом, сегодня менее заинтересован в фирме, организации, чем фирма в нем. Это еще более укрепляет положение малого бизнеса, так как использование информации, генерация, получение и внедрение новых идей, знаний и технологий было, а теперь еще более явным становится делом отдельного человека или небольшой группы единомышленников.

Главной проблемой в сфере малого бизнеса становится поиск источников финансирования на научно-исследовательские, конструкторские и технологические разработки, которые ставят поддержку малого бизнеса со стороны крупных корпораций одной из главных проблем его существования и развития. Инвестиции в человеческий капитал - это будущее общества. Интеллектуальный человеческий капитал - ресурс XXI века. Анализ этой сферы свидетельствует, что интеллектуальные фонды имеют бесспорное преимущество перед другими материальными ресурсами. Так, Ф. Лихтенберг, Л. Эдвинсон и другие утверждают, что интеллектуальный капитал предприятия в пять - шесть раз превышает учетную стоимость как материальных средств производства, так и финансового капитала [2, с.103].

Одним из парадоксов нашей жизни на протяжении минувшего столетия является преуменьшение роли интеллектуального труда, интеллигенции со стороны государственной власти, постоянное ограничение ее прав на фоне возрастания значения духовной сферы производства. Имеется в виду не внешняя сторона, а ее сущность. Вот некоторые факты, подтверждающие это:

- ни в одной из государственных программ нашей страны, ни в одном из более-менее важных документов, которые касаются развития общества, не учитывалась роль (в конструктивной, а не в декларативной форме) и значение интеллектуального труда. Если бы этого не было, то основные вложения (прямые и косвенные) были бы уже давно переориентированы на образование и науку, рост человеческого капитала. Эти вложения стали бы путем, который определяет будущее нашей нации и общества;

- политика Украины, как внешняя, так и внутренняя, не учитывает выводы научных прогнозов, очень редко опирается на долгосрочный научный анализ. Все это должно стать объектом научных исследований, дискуссий на специальных конференциях и симпозиумах. Складывается

впечатление, что властные структуры обращают внимание на науку, выслушивают ученых лишь тогда, когда им это нужно, а руководствуются этими советами согласно своему политическому пониманию и амбициям;

- часть финансовых ресурсов, которая выделяется государством из национального дохода на интеллектуальный труд, очень мизерна. Поэтому большая часть людей интеллектуального труда, в частности молодые, уезжают за границу, чтобы устроить там свою жизнь. Это, по нашему мнению, приведет в будущем к упадку национальной науки. Следует отметить, что в последнее время появилось позитивное движение к улучшению жизненного уровня людей интеллектуального труда.

Проанализируем характер и особенности интеллектуального труда в современных условиях. Интеллектуальный труд - это творческая деятельность, которая направлена на достижение своей цели, сохранения ранее накопленных знаний и получение новых. Он является не только высшей, но и важнейшей формой человеческого труда, так как лежит в основе накопления духовного богатства человека.

Знания, полученные в результате интеллектуального труда, являются продуктом сферы духовного производства. Не следует надеяться на успех и продвижение в сфере любой деятельности без необходимого запаса знаний, в частности, в бизнесе. Интеллектуальный труд тесно связан с интеллектуальным капиталом, его потенциалом. Реализация интеллектуального потенциала осуществляется в процессе интеллектуального труда [3, с. 31].

Рассмотрим наиболее удачные, по нашему мнению, определения интеллектуального капитала с разных точек зрения. Так, по мнению Д. Белла, Л. Эдвинсона и Т. Стюарта интеллектуальный капитал, с экономической точки зрения, это совокупность знаний, умений, навыков личности, ее мобильность и креативность, способность создавать в процессе своего движения дополнительный продукт. Не следует думать, что интеллектуальный капитал это только научные кадры, патенты, ноу-хау, но и фирменные марки, товарные знаки, опережающее использование новых технологий, оперативность выполнения заказов клиентов, непрерывное повышение квалификации рабочих и т.д.

Интеллектуальный капитал можно разделить на два основных элемента – человеческий и структурный [4, с. 434].

В структуре интеллектуального капитала малого предприятия, с точки зрения особенностей взаимодействия его элементов, можно

выделить две основные составляющие: нематериальные активы и орудия интеллектуальной деятельности. К первой составляющей необходимо отнести интеллект персонала, который состоит из опыта, знаний, культуры, образования, квалификации, мышления, ума, интуиции и т.д. К последней можно отнести интеллектуальную собственность, которую также можно разделить на два вида: статическую, фиксирующую в соответствующей знаковой форме (ноу-хау, товарные знаки, патент, авторское право, лицензии и другие), и динамическую, подразделяющуюся на инфраструктурные и рыночные активы.

Интеллект работников предприятия можно также считать человеческими активами, под ним понимается совокупность коллективных знаний сотрудников предприятия, их творческих способностей, лидерских качеств, предпринимательских и управленческих навыков, умения решать проблемы. Заметим, что человеческие активы не принадлежат предприятию, также как и знание отдельного человека. Задача руководителя предприятия предоставить возможность каждому работнику максимально реализовать свой потенциал при выполнении стратегической цели предприятия.

Инфраструктурные активы - это технологии, методы и процессы, которые дают возможность функционировать предприятию более четко, надежно и качественно. Например, корпоративная культура, методы управления персоналом, методы оценки риска, финансовая структура, коммуникационные системы и т.д. Они формируют также среду, в которой сотрудники предприятия работают и общаются.

К рыночным активам следует отнести нематериальные активы, действующие во внешней среде предприятия. Это, например, разнообразные марки и торговые знаки, потребительские преимущества, каналы распространения, разные контракты и т.д.

Структурные элементы интеллектуального капитала с одной стороны являются достижением отдельного человека, его интеллекта, с другой - они отражаются в знаковых формах самоотчуждения интеллекта.

По функциональному определению, как предложил Х. Макдональд: «Интеллектуальный капитал - это знания, которые имеются в организации и могут использоваться для получения разного рода преимуществ над конкурентами» [4, с. 340-349]. В нем уже очерчены контуры интеллектуального капитала как экономической категории. Однако, здесь освещена только потребительская часть интеллектуального капитала.

С точки зрения ученых Д. Клейна и Л. Прусака, интеллектуальный капитал - это «интеллектуальный материал, формализованный, зафиксированный и используется для производства более ценного имущества» [5, с. 54-62]. Недостатком этого определения интеллектуального капитала можно считать отнесение к нему только «материала формализованного и зафиксированного». Для воспроизводства финансовых ресурсов в сфере бизнеса (и не только в ней) человеку необходима творческая мысль, отвечающая сути самого человека.

Еще с древних времен человек считается творцом и проявляет инициативу, хочет утвердиться в обществе, таких как он сам - как творческая личность. Это является важным фактором человеческого прогресса. Мысли человека, который занимается малым и средним бизнесом, направлены на воспроизводство финансовых ресурсов и получение прибыли от своей деятельности. Таким образом он самоутверждается.

Детальнее остановимся на вопросе усиления роли человеческого капитала в экономическом росте и развитии, в частности в сфере малого и среднего бизнеса [6, с. 48]. Периоды наибольшего экономического развития связаны с инновациями и инвестициями и очень часто совпадают с ними. Так, в теории эффективной конкуренции Й. Шумпетер отметил рыночный механизм как отношения между силами монополии и конкуренции, основанные на инновациях. Но надо отметить, что инновации, как фактор экономического роста, необходимо воплощать в физический и человеческий капитал (это естественные способности и таланты человека, его образование, знания и квалификация, дающие возможность приносить реальный доход и создавать богатство). Дж. М. Кейнс указывает на связь экономического роста со спросом на инвестиции. Таким образом, основным фактором экономического развития являются знания и образование, формирующие инновации и реализующие их. М. Фридмен отмечает, что богатство можно разбить на такие пять главных форм: деньги, облигации, акции, физические блага и человеческий капитал [7, с. 20-21]. Человеческий капитал характеризуется способностью человека приносить прибыль. Он включает талант, естественные способности, образование и квалификацию. Кроме того, к нему можно отнести и такие факторы, как состояние здоровья, качество питания, способность к выживанию.

Одним из основных препятствий в экономическом развитии нашего государства на долгосрочный период является, на наш взгляд, качество

человеческого потенциала. Это связано с тем, что инвестиции в человеческий капитал, как раньше, так и сегодня, являются очень малыми, а экономическая политика Украины базируется на старых технологических укладах индустриального общества. Необходимо переходить на новые технологические уклады нового общества такие как, физические, химические, биологические и другие технологии. В этих случаях главным является интеллектуальный потенциал человека.

Главными сферами инвестиций в человека обычно считают образование, воспитание, здравоохранение, социальное обеспечение и т. д. Аналогично финансовому капиталу, формирование и осуществление инвестиций в человеческий капитал потребует как от самого человека, так и от общества в целом значительных расходов, которые в будущем обеспечат этому обществу получение большего дохода. Именно по этой причине рост вложений в человека связан с высоким ожидаемым доходом.

Следовательно, можно сделать вывод, что сегодня основой экономического роста является человеческий капитал, а не природные ресурсы. Этот вывод подтверждают, например, Тайвань, Корея, Сингапур, которые, не имея собственной ресурсной базы, но владея высококачественным человеческим капиталом, достигли значительных успехов в глобальной конкуренции.

Список литературы:

1. *Абалкин, Л.* Проблема выбора стратегии на XXI век // Проблемы теории и практики управления. - 1998.- №2.- С. 13-18.
2. *Журавльова, І. В.* Фінансовий аспект оцінки інтелектуального капіталу // Фінанси України. - 2002. - №10.- С. 103-109.
3. *Кендюхов О.* Гносеологія інтелектуального капіталу // Економіка України. - 2003. №4. - С. 28-33.
4. Новая постиндустриальная волна на Западе. Под редакцией В.Л. Иноземцева. - М.: "Academia". - 1999. - 632 с.
5. *Комаров, И.* Интеллектуальный капитал // Персонал. - 2000.- №5.-С.54-62.
6. *Бородіна, О.* Людський капітал як основне джерело економічного зростання // Економіка України. - 2003. - №7.- С.48-53.
7. *Фридмен, М.* Количественная теория денег. - М.: - 1996.- С. 20-21.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ СТАНОВЛЕНИЯ НЕЛИНЕЙНОЙ ПАРАДИГМЫ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Решетило В.П., д-р экон. наук, проф.

Харьковская национальная академия городского хозяйства

Система экономического теоретического знания периодически входит в состояние неустойчивости, опровержения тех или иных теоретических моделей и модернизации научных парадигм. Будучи самоорганизующейся системой, экономическая наука развивается в соответствии с циклическими закономерностями, последовательно переходя через участки бифуркаций и устойчивого развития. В своей нобелевской лекции Ф. фон Хайек подчеркивал, что понимание основополагающих социально-экономических вопросов недостижимо без соответствующих изменений методологического характера [1, с. 168]. Как справедливо отмечает О. Ананьин "разнообразные факты последних лет все более явственнее свидетельствуют о том, что привычные представления об экономической науке, которые сложились еще в XIX – начале XX вв., и воспроизводятся до сих пор стандартными учебниками по микро- и макроэкономике или истории экономических учений (будь то отечественными или зарубежными), дают весьма искаженный ее образ" [2, с. 151]. Растущее беспокойство по поводу состояния экономической науки характерно и для работ М. Блауга. Свой доклад на международной конференции "Факты и фикции в экономической науке" он назвал достаточно определенно: "Отвратительные тенденции в современной экономической науке"[3]. Блауг пишет: "...Современная экономическая наука больна. Она все больше превращается в интеллектуальную игру ради самой игры, независимую от ее практической значимости. Экономисты постепенно подменили свой предмет, обратив его в некую Социальную Математику, в которой аналитическая строгость, как ее понимают на математических факультетах, - это все, а эмпирическая адекватность, как ее понимают на физических факультетах, - ничто" [4, р. 192]. Вполне можно согласиться и с Л.Евстигнеевой и Р. Евстигнеевым, которые считают, что две основные линии современного экономического анализа – неоклассическая теория и институционализм, каждая сама по себе, не способны решить стоящие перед обществом задачи, особенно по отношению к странам с

транзитивной экономикой [5, с. 27]. И если неоклассическая теория порождает традиционное "топтание" вокруг идей рынка свободной конкуренции, игнорируя при этом социально - экономическую среду проведения реформ, то и популярных сегодня институциональных подходов явно недостаточно, чтобы из них можно было вывести необходимые воспроизводственные структуры или создать адекватную теоретическую основу для формирования эффективной макроэкономической политики. Сегодня все большее число исследователей считают, что формирование принципиально новых оснований мышления, становление новой научной парадигмы в рамках науки постнеклассического периода развития экономической науки происходит с появлением *экономической синергетики*. Следует подчеркнуть, что применение идей экономической синергетики к современному экономическому анализу невозможно без изменения парадигмальных представлений исследователей. *Цель статьи* и состоит в том, чтобы показать методологические возможности экономической синергетики в формировании нелинейного стиля экономического мышления, новых принципов экономического анализа. В этой связи необходимо выяснить что понимается под нелинейным стилем экономического мышления, какие важнейшие методологические принципы экономической синергетики могут быть использованы в процессе современного экономического анализа.

Многие исследователи полагают, что синергетика как новая научная парадигма близка к понятию "*познавательная модель*", которая служит в качестве способа упорядочения и истолкования конкретного материала, причем способ этот оказывается общим для ученых самых разных специальностей и убеждений. Примером такой познавательной парадигмы может быть философско-методологическая модель *универсального эволюционизма*, предложенная Н. Н. Моисеевым, в которой он ставит своей целью "с минимальным числом гипотез ... нарисовать некую целостную, непротиворечивую "картину мира" - разумеется, лишь очень условно и схематично" [6, с. 55]. Важное методологическое значение экономической синергетики состоит в том, что на ее основе происходит становление принципиально *нового, нелинейного способа научного мышления*, его формы и стиля. Экономическая синергетика способствует переосмыслению принципов познания, основанных на постулатах классической науки, на линейном детерминистском стиле мышления. Для *линейного стиля* экономического мышления характерно:

- понимание процессов развития экономики лишь как линейных, поступательных и безальтернативных. Если альтернативы и есть, то они всего лишь случайные отклонения от магистрального течения, подчинены этому течению, определяемому объективными законами универсума;

- исследование экономических систем преимущественно в состоянии статики, отношение к экономическому равновесию и экономическому порядку как к единственно возможной и наиболее эффективной форме существования экономической системы;

- отношение к неравновесности и неустойчивости в экономическом развитии как к досадным неприятностям, которые обязательно должны быть преодолены как что-то негативное и сбивающее с правильной траектории;

- понимание хаоса и случайности как побочных факторов, не имеющих принципиального значения, игнорирование стохастических экономических явлений и процессов как несущественных и второстепенных;

- жесткий детерминизм, исследование экономических явлений как причинных цепей, по которым ход развития может быть просчитан неограниченно в прошлое и будущее. Настоящее определяется прошлым, а будущее – настоящим и прошлым;

- исследование механизмов развития экономических систем под воздействием преимущественно внешних по отношению к ним параметров;

- узкий дисциплинарный подход, ориентированный преимущественно на предмет, недостаточный уровень междисциплинарного синтеза, ориентированного на метод познания;

- отсечение субъекта познания от его ценностных ориентиров, недостаточное понимание роли социально-психологических факторов в развитии экономических систем, игнорирование таких методов экономического познания как интуиция, воображение, творчество;

- ограниченное понимание природы как простого ресурса человеческой деятельности;

- неадекватное или упрощенное представление об объекте исследования, рассмотрение экономической системы как простой суммы хозяйственных единиц, ее составляющих;

- игнорирование особенного, единичного и случайного в развитии современных социально-экономических процессов.

К особенностям экономической синергетики, как теории и методологии современных экономических исследований, можно отнести следующее. Во-первых, экономическая синергетика, как область экономической теории, фокусирует внимание на нелинейных явлениях в экономической эволюции, таких как альтернативность экономического развития, бифуркации и хаос. Неравновесная сущность синергетики отрицает постулаты теории "вечного прогресса", показывает, что на смену простым и жестким формам взаимодействий закрытых систем приходят нелинейные и случайные формы взаимодействий. Уже с середины XX века идеология экономического детерминизма стала подвергаться серьезной критике со стороны ряда ученых: Ф. Хайека, К. Полаanyi, Дж. Нэша и др. Синергетический анализ описывает неравновесные процессы в экономике и показывает возможные их результаты. Экономическая синергетика представляет собой новое направление в экономическом анализе, которое, не отменяя важности традиционных концепций, переносит центр тяжести на такие явления, как неравновесность, неустойчивость и нелинейность в развитии экономических систем. Во-вторых, важным объектом анализа экономической синергетики является исследование механизмов возникновения новых структур в экономических системах, далеких от равновесия, на основе кооперативных когерентных взаимодействий. При этом экономическая синергетика выявляет внутренние причины самоструктурирования экономических объектов. С позиций экономической синергетики экономика – это не просто агрегат различных микроединиц, а сложная сеть макроэкономических связей, возникающих в ходе межфирменных, межсекторальных, и институциональных взаимодействий. В-третьих, экономическая синергетика строго математически доказывает, что состояния неустойчивости экономической системы также естественны, как колебания популяций, а революционные скачки близки к фазовым переходам вещества. Экономическая синергетика формирует новую концепцию хаоса, предлагает аналитические механизмы для исследования эндогенного хаоса экономических систем, открывает новое направление в теории экономической динамики. В-четвертых, экономическая синергетика *задает новые способы постановки проблем, и предлагает нелинейные модели их решения.* В этом плане экономическая синергетика имеет особое значение для теоретической экономики, *усиливая ее теоретический, а не описательный характер.* В-пятых, с появлением экономической синергетики появляется возможность парадигмального диалога между

естественными и экономическими науками, их междисциплинарный синтез. В-шестых, методология экономической синергетики имеет большое значение для понимания многих процессов, происходящих в переходных системах. Так, выявление роли хаоса как закономерного и необходимого этапа в развитии нелинейной системы, становится не только полезным, но и необходимым для понимания многих процессов, происходящих в переходных системах. В практическом плане, экономическая синергетика позволяет использовать эффективные методики решения многих актуальных задач в области оптимального управления в условиях переходного (а, значит, неравновесного, неустойчивого) состояния экономики.

Методология экономической синергетики позволяет исследовать вероятностные пути и механизмы перехода социально-экономической системы в новое качество, необратимость этих процессов, проанализировать основные параметры порядка, воздействующие на управление состоянием этих систем. Поиск и учет соотношения самоорганизации и организации, особой функции государства в процессах трансформационных изменений также требует использования методологии синергетического анализа. В этой связи переосмысление "хаоса" трансформационных преобразований с методологических позиций экономической синергетики должно послужить основой формирования междисциплинарного синтеза, понимания механизмов неразрывной связи и взаимодействия материального и идеального, институционального и экономического, гуманитарного и технологического.

Список литературы:

1. Ф.А. фон Хайек. Претензии знания // Вопросы философии. – 2003. - №1. – С. 168-176.
2. Ананьин О. Экономическая наука: как это делается и что получается? (о книге М. Блауга " Методология экономической науки, или Как экономисты объясняют") // Вопросы экономики. – 2004. - №3. - С. 150 - 162
3. .Blaug M. Ugly Currents in Modern Economics. In: Facts and Fiction in Economics. Models, Realism and Social Construction. Ed. By U. Maki, p. 35 – 56.
4. Blaug M. Methodology of Economics, or How Economists Explain. Cambridge University Press, 1980, 1 edition. – P. 345
5. Л.Евстигнеева, Р. Евстигнеев. От стандартной экономической теории к экономической синергетике // Вопросы экономики. - 2001. - № 10. - С. 20 - 32.

6. Моисеев Н.Н. Логика универсального эволюционизма и кооперативность // Вопросы философии. – 1989. - №8. – С.42 -63.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО УЛУЧШЕНИЯ

Решетняк М. С., студент

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

На сегодня состояние инвестиционного климата государства служит одним из первоочередных индикаторов, характеризующих экономическое, социальное, и др. положения страны в мире, а также перспективы дальнейшего развития как любого из ее регионов, так и страны в целом. В данной статье мы рассмотрим современное содержание этого понятия, определим проблемы формирования инвестиционной привлекательности региона и мероприятий по их устранению.

С точки зрения Всемирного Банка, инвестиционный климат – это совокупность характерных для каждой местности факторов, определяющих возможности компаний и формирующих у них стимулы к продуктивным инвестициям, созданию рабочих мест и расширению деятельности.

Составляющими инвестиционного климата являются: инвестиционный потенциал – текущее положение страны, инвестиционные риски – потенциально возможные угрозы инвесторам, а также законодательное регулирование

Климат региона определяется исходя из его параметров, среди которых: платежный баланс; природные ресурсы и состояние экологии; качество государственного управления, региональных и муниципальных властей; качество и количество рабочей силы; уровень развития и доступность объектов инфраструктуры; состояние бюджета; гос. и внешний долг; уровень соблюдения законности и правопорядка, уровень корпоративного управления.

Инвестиционная привлекательность объектов представляется в виде сравнительных рейтингов. Так, согласно версии компании Ernst & Young, Китай, Индия, США, Бразилия и Германия — пятерка наиболее привлекательных стран для вложений. Инвесторы продолжают считать Западную Европу привлекательным регионом для инвестиций (38%), лишь незначительно уступающим Китаю (39%). Однако они обеспокоены положением в странах Центральной и Восточной Европы, которые в 2009 году занимали второе место. В этом году рейтинг инвестиционной привлекательности данного региона снизился с 42% до 24%. Национальные Рейтинговые Агентства (НРА) составили другой рейтинг.

Таблица 1

Индексный рейтинг инвестиционной привлекательности стран по версии НРА

№	Страна	Итоговый балл (у.е)	Кол-во баллов (у.е) в 2010 г	Кол-во баллов (у.е) в 2009 г	Кол-во баллов (у.е) в 2008 г
1	Дания	1 103,26	1 107,56	1 101,43	1 100,81
2	Финляндия	1 103,18	1 107,11	1 100,88	1 101,56
3	Швейцария	1 103,16	1 105,89	1 101,07	1 102,53
4	Швеция	1 102,80	1 107,89	1 100,02	1 100,50
5	Новая Зеландия	1 102,65	1 107,78	1 098,62	1 101,56
12	США	1 095,24	1 102,11	1 092,02	1 091,58
19	Китай	1 088,18	1 086,56	1 088,07	1 089,92
130	Россия	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00

Наша страна (130 место из 212) проигрывает большинству европейских государств, хотя выглядит предпочтительней бывших союзных республик. Если рассматривать БРИКС, куда входит и РФ, ей удалось занять в этой пятерке предпоследнее четвертое место, опередив по итогам 2010 г. Китай.



Рассмотрим модель инвестиционной привлекательности отдельных регионов России по версии агентства РА «Эксперт».

За последний год инвестиционный рейтинг регионов стабилизировался. Девять регионов сделали это за счет снижения риска. Восстановила свой статус региона с минимальным риском Белгородская область. Кроме того, улучшили свои рейтинги следующие регионы [31]: Смоленская, Оренбургская, Омская, Читинская обл. (переход из 3С1 в 3В1); Рес. Северная Осетия -

Типы регионов	
Максимальный потенциал – минимальный риск (1А)	Высокий потенциал – умеренный риск (1В)
Средний потенциал – минимальный риск (2А)	Средний потенциал – умеренный риск (2В)
Низкий потенциал – минимальный риск (3А)	Пониженный потенциал – умеренный риск (3В1)
Незначительный потенциал – умеренный риск (3В2)	Низкий потенциал – высокий риск (3С2)
Средний потенциал – высокий риск (2С)	Низкий потенциал – истремный риск (3С)
Пониженный потенциал – высокий риск (3С1)	

Алания и Сахалинская обл. (из 3С2 в 3В2). Ухудшили рейтинги всего 3 региона: Хабаровский край (В1 в 3С1), Усть-Ордынский Бурятский (из 3В2 в 3С2) и Таймырский АО (из 3С2 в 3Д).

Поднимать инвестиционный рейтинг РФ стоит решая следующие проблемы, определенные для нее западными топ-менеджерами: произвол бюрократии и коррумпированность, игнорированием прав инвесторов, неэтичная конкуренция, использование лазеек в законах, применение связей с чиновниками, черный PR, непрозрачные финансы, риск потери собственности, возможность лишиться своих активов на формально законном основании, риск смены законодательства.

Отдельно отметим, что интерес к Белгородской области и ее инвестиционным возможностям растёт. По итогам за 2009-10 г. «Эксперт РА» дал Белгородской обл. 11 место по РФ, за минимальный экономический риск инвестирования – 2 место. Область входит в пятерку регионов с минимальным риском. Кроме того, Международное агентство Moody's Investors Service в декабре 2010г. изменило прогноз по глобальной шкале с «негативного» на «стабильный», что отражает улучшение социально-экономического положения в регионе.

Только за II квартал 2010 года объём инвестиций сложился в размере 20млрд 788,5 млн рублей. Рост ко II кварталу 2009 года – 24 %. На крупные и средние предприятия из всего объёма пришлось 21 млрд 299,9 млн рублей. Эти компании 10 млрд 245,4 млн инвестировали в нежилые здания и сооружения, 8 млрд 843,6 млн – в машины и оборудование, 1млрд 225,7 млн – в жильё. Поступление по муниципальным районам происходило неравномерно. Наибольший объём инвестиций поступил в г. Старый Оскол - 1404,2 млн. долларов США (в 2007г. - 13,9 млн. долларов США) и г. Губкин - 967,4 млн. долларов США (в 2007г. - 510,1 млн. долларов США). Такое распределение мы охарактеризуем промышленной картой Белгородской области – стремлением вкладывать инвестиции в развитые металлургические и строительные центры области («Оскол-Цемент», «ОЭМКА», «ЗМК»).

В связи с вышесказанным, для улучшения инвестиционного климата страны мы предлагаем: ужесточение контроля за доходами и расходами бюджета, снижение административных барьеров; сокращение сроков госэкспертизы и разрешение негосударственной экспертизы при получении разрешений на строительство; свобода входа на рынок; борьба с коррупцией, улучшение таможенного потенциала, обеспечить защиту частной собственности; совершенствование миграционной политики, подключение производств к инфраструктуре,

переход на единую бухгалтерскую систему с другими странами мира, пересмотр налоговых и таможенных льгот.

Перспективные направления для инвестирования в Белгородской области: развитие производства мяса птицы бройлеров и свинины в объеме; строительство завода тонкодисперсного мела; создание крупных молочных производств и современных товаропроводящих сетей со строительством торговых комплексов; строительство современных культурно-развлекательных центров, гостиничных комплексов, элитных малоэтажек в пригородной зоне, выставочно-ярмарочного комплекса; использование приграничного расположения; строительство дорог и дорожных развязок, в том числе для скоростных магистралей; строительство регионального центра инноваций «Аврора-Парк» и его деловой центр «Аврора-Сити»

Белгородской области нужно развивать новые отрасли, нежели с/х и металлургия, давно приносящие плоды. Необходимо занять лидирующие положения в перспективных нишах. Развитие финансового сектора (мы занимаем 33 место по РФ). Привлечение инвестиций в машиностроение (43 место) – для которого есть инфраструктура (достаточной территорий для постройки, возможность возобновления деятельности на построенных заводах «Энергомаш», «Сокол», «Витаминный комбинат») и «сырьевые» металлургические производства. А также привлечение инвестиций в туризм (33 место), т.к. область обладает устойчивым климатом, богатым историческим прошлым, хорошими природными ресурсами и территориальной близостью к иностранным соседям.

Список литературы:

1. Инвестиционный климат в России. Доклад экспертного института. //Вопросы экономики. - 2008. -№ 12. - с. 4-25.
2. Иностранные инвестиции в Белгородской области в 2008 году, - Белгородстат, 2008, 96 с.
3. Лебедев В. Привлечение иностранных инвестиций: фактология, проблемы, подходы к решению.//Российский экономический журнал.- 2000. - № 5-6. - с. 69-79.
4. Российский статистический ежегодник, - Росстат, 2010.
5. <http://www.raexpert.ru/>

САМОМАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КАРЬЕРНЫМ РОСТОМ ПЕРСОНАЛА

Русецкий А. И., канд. техн. наук,

*Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального экономического университета*

Небылица Е.А. канд. экон. наук

Харьковский национальный экономический университет

В управлении предприятием является важным управление всеми факторами производства и всеми видами ресурсов, которые используются. Однако ведущее место, несомненно, принадлежит управлению персоналом. Современные концепции распределения функциональных сфер на предприятии предполагают выделение функции «управление карьерным ростом персонала» (УКРП) в области «управления персоналом» наряду с такими, как «производство», «финансовый менеджмент», «маркетинг», «инновации», «инвестиции» и «внешнеэкономическая деятельность». Такое деление основывается на различиях функциональных процессов, протекающих в каждой сфере. Чтобы определить место самомаркетинга в системе управления карьерным ростом следует более подробно остановиться на самой сути понятий «управление карьерным ростом» и «самомаркетинг».

Процессам УКРП на сегодня в экономической литературе уделяется значительное внимание, в частности такими учеными как В. Савельев, А. Кибанова, С. Сотников, Т. Базарова, Н. Магура и др. Изучением вопроса самомаркетинга персонала занимались следующие ученые: Ф. Беттджер, Л.Семенова, Н. Кельчевская, С. Шкавро, Л. Железцов, Я. Филлипсон, Ю. Одегов и др. Но вопросы обоснования самомаркетинга в системе управления карьерным ростом исследованы недостаточно подробно, и этим обоснована актуальность данной проблемы. Целью статьи является обоснование самомаркетинга в системе управления карьерным ростом персонала на основе теоретического исследования существующих точек зрения относительно ключевых понятий в разрезе данного исследования. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: обобщить существующие толкования понятий «управление карьерным ростом персонала» и «самомаркетинг»; обосновать определение понятия «карьерный самомаркетинг персонала»; рассмотреть основные принципы УКРП и раскрыть единичные принципы УКРП, как наиболее

основательные, с точки зрения цели исследования; выделить основные циклы самомаркетинга в процессе УКРП.

Так, по мнению В. Савельевой и А. Еськова управление карьерным ростом персонала - это целенаправленная деятельность кадровой службы по развитию профессиональных способностей человека, накопления им профессионального опыта и его рационального использования, как в пользу сотрудника, так и в пользу организации [1]. А. Кибанова под управлением карьерным ростом персонала понимает комплекс мероприятий, проводимых кадровой службой организации по планированию, организации, мотивации и контролю служебного роста работника, исходя из его целей, потребностей, возможностей, способностей и склонностей, а также исходя из целей, потребностей, возможностей и социально-экономических условий организации [2]. С. Сотникова управление карьерным ростом персонала понимает как системное, планомерно организованное воздействие на процессы формирования, распределения, перераспределения и использования человеческого капитала в целях обеспечения его соответствия объему и структуре основного капитала для наиболее полного удовлетворения рыночной потребности в товарах и услугах [3 с. 46]. Т. Базарова считает, что управление карьерным ростом - это процесс сопоставления потенциальных возможностей, способностей и целей человека с требованиями организации, стратегией и планами ее развития, выражающийся в составлении программы профессионального и должностного роста [4, с. 234].

Таким образом, управление карьерным ростом - это системное, планомерно организованное воздействие на процессы формирования, распределения, перераспределения и использования человеческого капитала в целях обеспечения его соответствия объему и структуре основного капитала для наиболее полного удовлетворения рыночной потребности в товарах и услугах. Итак, суть управления карьерным ростом сводится к решению трех взаимосвязанных задач. Во-первых, необходимо так формировать и совершенствовать производительные способности, модели поведения человека, чтобы они полнее соответствовали требованиям, предъявляемым производственно-коммерческой деятельностью. Во-вторых, на производстве надо создавать такие социально-экономические и производственно-технические условия, при которых максимально использовались бы способности работника к труду. В-третьих, важно, чтобы эти процессы происходили не в ущерб интересам персонала.

В современных условиях УКРП базируется на познании и использовании объективных экономических законов развития социально-трудовых отношений, определяющих направления и характер управленческих решений по накоплению и использованию человеческого капитала организации. Эти законы реализуются с помощью принципов управления. В настоящее время различают три группы принципов управления карьерным ростом: общие, особенные и единичные. С точки зрения цели данного исследования наиболее интересно будет остановиться на единичных принципах УКРП. Так, принцип маркетинга рабочей силы предполагает ориентацию управляющей подсистемы, при решении любых задач на удовлетворение потребительского спроса на рабочую силу. Иначе говоря, УКРП должно основываться не столько на нормативах периодичности управленческих действий, сколько на отслеживании внешних и внутренних изменений рыночной среды, на реальной потребности организации, отдельных сотрудников в пополнении и обновлении их знаний, умений, навыков, моделей поведения.

Общие, особенные и единичные принципы управления карьерным ростом в совокупности образуют целостную систему, в которой они тесно взаимосвязаны. Наиболее интересным элементом системы УКРП является самомаркетинг, а также близкий к нему эго-маркетинг. Ю. Одегов считает, что одной из предпосылок к проявлению самомаркетинга, как одного из видов маркетинга вообще, является отношение к профессиональным качествам человека как к товару. Главный принцип маркетинга гласит: «не продавать то, что производится, а производить то, что продается». Согласно этому принципу персоналу следует ориентироваться на формирование и предложение таких профессиональных и личностных качеств, которые востребованы организационной средой. Поэтому нужно выяснить, какие есть потребности организации, на которые по профессиональным характеристикам существует наибольший спрос. «Сформировав себя как специалиста с правильным учетом потребностей рынка, персонал во многом сможет запрограммировать свой дальнейший успех» [5].

«Самомаркетинг» - организация саморекламы и выгодного представления себя, своих возможностей и навыков на рынке труда с целью вызвать интерес потенциального работодателя [6]. Кроме того, самомаркетинг является одним из путей повышения конкурентоспособности, успешности специалиста, что позволяет в дальнейшем ускорить продвижение по службе или перейти на новое место работы. В понятие самомаркетинга входит не только успешная

самореклама с целью трудоустройства или продвижения по служебной лестнице - это еще и способ периодически повышать свою «рыночную цену» и уровень личной «актуальности». Л. Железцов считает, что самомаркетинг - это процесс, состоящий из двух частей: первая часть - сосредоточить внимание на самом себе - своих знаниях, навыках, умениях, личных качествах, вторая часть - обратить внимание и изучить требования работодателя, которому вы хотите понравиться [7].

Концепция эго-маркетинга и близкая к ней концепция самомаркетинга - это системный подход к самореализации личности, когда человек в условиях конкуренции должен определить свое положение в обществе за счет максимальной мобилизации энергии и инициативы, природных способностей, приобретенных знаний и умений личной предприимчивости и активной жизненной позиции. Социально ориентированная рыночная система создает достаточно приемлемые условия для жизни и полезной деятельности всех членов общества, однако это происходит благодаря усилиям наиболее активных и самостоятельных лиц, которые принимают на себя значительный груз забот о личном благополучии и благополучии всего общества [8].

Таким образом, на основе проведенного анализа сущности понятий «управление карьерным ростом» и «самомаркетинг» можно обосновать содержание карьерного самомаркетинга и определить основные его циклы в процессе управления карьерным ростом персонала. Так, карьерный самомаркетинг - это комплекс мероприятий для создания, поддержания и укрепления необходимых (выгодных) взаимосвязей в карьерной среде, которые призваны способствовать карьерному росту персонала. Это активное соотношение своего способа деятельности с потребностями службы, обеспечение ее конкурентоспособности и стимулирования спроса. К основным циклам самомаркетинга в процессе УКРП можно отнести следующие:

анализ карьерных возможностей - осуществляется на основе изучения внешней карьерной среды на предмет выявления опасностей и возможностей каждого фактора (на макроуровне - политическая, экономическая, законодательно-правовая и социокультурная ситуация в стране, на микроуровне - организационно-административные, структурные и социально психологические факторы, а также внеорганизационные факторы - семейное окружение, друзья и т.д.);

изучение карьерного пространства - особенностей должностной, профессиональной, статусной, монетарной составляющей. Методами анализа карьерного пространства могут быть следующие: выяснение

традиционных схем продвижения к тем или иным должностям (особенно высокой) с помощью опроса коллег, непосредственного руководителя, наставника; налаживание контактов с кадровой службой организации. Выявление возможностей своего должностного роста, профессионального совершенствования, восхождения по статусной лестнице или лестнице вознаграждения в процессе трудовой деятельности в организации должно иметь непрерывный характер;

отбор целевого окружения - выбор наиболее значимых для развития своей карьеры представителей карьерной среды и определение политики в отношении каждого из них;

разработка комплекса самомаркетинга - включает саморазвитие (формирование необходимых качеств), управление мероприятиями по самопрезентации - с целью создания определенного мнения, оценки со стороны представителей карьерной среды.

Таким образом, теоретическое исследование самомаркетинга в системе УКРП предприятий позволит повысить объективность принятия решений в вопросе карьерного роста персонала с точки зрения понимания факторов, потребностей и возможностей работников.

Список литературы:

1. *Савельева, В. С.* Управление деловой карьерой: учеб. пос. / Савельева В. С., Еськов А. Л. // - К.: Центр учебной литературы, 2007. - 176 с.
2. *Кибанов, А. Я.* Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация: учебное пособие для студентов вузов. 2-е изд., Перераб. и доп. / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. - М.: Издательство «Экзамен», 2005. - 416 с.
3. *Сотникова, С. И.* Управление карьерой: учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 408с.
4. *Базарова, Т. Ю.* Управление персоналом: учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. - 423 с.
5. *Одегов, Ю. Г.* Управление персоналом: учебник / Ю. Г. Одегов, П. В. Журавлев. - М., 1977. - 47с.
6. Большой экономический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. 2-е изд., Перераб. и доп. М. - 1997. -1456 С.
7. *Железцов, Л.* Маркетинг персонала. Оценка трудовой деятельности / Л. Железцов // Маркетинг. - 2006. - № 2. С. 28 - 27.
8. *Джеймс, Д.* Эффективный Самомаркетинг. - СПб.: Филинь, 2007. - 128с.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ КРЕДИТОВАНИЯ

Рыльков А.П., канд. экон. наук, доц.,
Хеммиева Марал (Туркменистан), студент
*Харьковский национальный автомобильно-
дорожный университет*

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важнейшими научными и практическими задачами. Одной из главных проблем стабилизации современной экономики является устранение негативных последствий дисгармонии связей ее финансового и реального секторов. К основным проявлениям этой дисгармонии мы относим:

1. Отрыв финансового сектора от реального, разрушительным образом влияющий на средний и малый бизнес, способный создавать дополнительные рабочие места и обеспечивать самозанятость населения;

2. Тенденцию превращения банков из посредников, обеспечивающих предприятиям выгодное приложение их временно свободных денежных средств, в силу, подчиняющую себе предприятия и контролирующую их с помощью разных финансовых инструментов, важнейшим из которых является кредитование.

Стабильность экономики всегда зависит от состояния кредитования ее банками, в том числе от величины процентных ставок за кредиты. При прочих равных условиях, чем выше эти ставки, тем хуже ее показатели на микро- и макроуровнях, тем сильнее деструктивные перекосы в сторону краткосрочного кредитования, текущей деятельности, высокодоходных отраслей и, следовательно, тем выше недокредитование долгосрочных проектов, инвестиционно-инновационных программ, деятельности субъектов хозяйствования в отраслях с низкой оборачиваемостью капитала.

Кроме того, это «путь в никуда» и для сектора банковского кредитования, так как, в конечном итоге, он приводит к замораживанию кредитного рынка.

Сложность проблемы снижения процентных ставок за кредиты требует комплексного использования всех возможностей ее решения, в том числе системного экономического анализа обоснованности ставок.

Анализ последних исследований, в которых рассматривается решение проблемы. Исследуемая в данной статье проблема анализа процентной ставки кредитования рассматривается в работах

специалистов по банковскому делу, в том числе украинских авторов - О.В. Васюренко, Л.В. Сердюк, О.М. Сидоренко и других, российских авторов – Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой и других. Она рассматривается также практическими работниками кредитных служб банков на всех этапах кредитного процесса, в том числе при мониторинге и контроле качества выданных кредитов. Однако, глубина проработки при этом вопросов факторного анализа процентной ставки кредитования, на наш взгляд, недостаточна.

Цель статьи – заключается в том, чтобы предложить модель процентной ставки кредитования, пригодную для оценки влияния каждого из формирующих ставку факторов, и дать общие рекомендации по практическому использованию модели.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Процентная ставка – это плата за кредит, устанавливаемая банками в процентах от его основной суммы (номинала). Алгоритм определения процентной ставки предусматривает учет затрат банка на осуществление кредитной операции и обеспечение необходимого уровня ее рентабельности, а также возникающие при этом кредитные риски.

На величину годовой процентной ставки по кредиту (C_T %) оказывают влияние следующие основные факторы:

- номинал кредита (K), в тыс. грн.;
- срок кредитования (T_K), в днях;
- расчетная продолжительность года (T_G), в днях;
- усредненные годовые процентные затраты банка на формирование ресурсной базы ($П_3$ %), в %;
- устанавливаемая банком норма прибыльности кредитной операции ($Н_П$ %), в %;
- годовой норматив резервирования средств под риски по кредиту ($Н_Р$ %), в %;
- затраты банка на обслуживание кредита и другие ($З_{OK}$), в тыс. грн.

Для определения значения годовой процентной ставки по кредиту и оценки влияния на нее приведенных выше факторов предлагается использовать следующую агрегированную расчетно-аналитическую модель:

$$C_T \% = \frac{(П_3 \% + Н_П \%)\times 100}{100 - Н_Р \%} + \frac{З_{OK} \times T_G \times 100}{K \times T_K} \quad (1)$$

Данная модель является аддитивно-кратно-мультипликативной. Аддитивность модели характеризуется наличием в ней факторов и (или) их групп, между которыми существуют отношения алгебраического сложения. Кратность модели объясняется наличием соответствующих отношений деления, а мультипликативность – отношений перемножения.

Модель позволяет оценивать влияние факторов на процентную ставку как по отдельным кредитам, так и по кредитному портфелю в целом.

Сравнение значений процентных ставок за кредит и влияющих на них факторов может осуществляться по разным периодам, а также по отдельным кредитам и заемщикам.

В целях углубления анализа причин изменения процентной ставки (функции) факторы по мере необходимости могут детализироваться. Например, в составе процентных затрат банка на формирование своей ресурсной базы можно в качестве субфакторов выделить затраты на осуществление депозитных и недепозитных операций по формированию ресурсной базы банка. В затратах на обслуживание кредита можно выделить расходы на его оформление и расходы на последующее обслуживание заемщика и т.д.

При оценке степени влияния факторов, на наш взгляд, наиболее целесообразно сочетать использование балансового метода анализа с логарифмическим, дающим наиболее точные результаты распределения между связанными отношениями деления и перемножения факторами их совместного влияния на процентную ставку по кредиту. Возможны и другие подходы.

Выводы. Результаты факторного анализа процентных ставок позволят более обоснованно решать вопросы их необходимой корректировки и реструктуризации кредитного портфеля по разным критериям. Кроме того, их можно использовать в целях формирования такой системы кредитования, которая бы на первое место ставила заемщика, а не кредитора.

Список литературы:

1. *Савицкая, Г. В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие: 3-е изд. – Мн.: ИП «Экоперспектива»; «Новое знание», 1999-498 с.
2. Банковское дело/ Под редакцией Г.Н. Белоглазовой и Л.П. Кроливецкой.- СПб.:Питер, 2002-384 с.

3. Облік і аудит у банках: Навч. посіб./О.В. Васюренко, Л.В. Сердюк, О.М. Сидоренко та ін.; За ред. О.В. Васюренко.- К.: Знання, 2006-595 с.
4. Кіндрацька Л.М. Бухгалтерський облік і прийняття рішень в банках.-К.: КНЕУ, 2000-404 с.
5. Банки и банковские операции: Учеб.для вузов/Е.Ф. Жуков, Л.М. Максимова и др.: Под ред. проф. Е.Ф. Жукова, и биржи: ЮНИТИ, 1997-471 с.

ОЦЕНКА ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Самвелян Эрмине, аспирант
Ереванский государственный университет
архитектуры и строительства (ЕГУАС)

Мелкие землевладельцы - самая
ценная часть государства.
Томас Джефферсон

Земля занимает уникальное и ключевое положение в экономической жизни общества, она является фактором производства, прямо или косвенно необходимым при изготовлении всех товаров. Будучим базовым ресурсом, земля является источником всех других благ.

Ценность земли заключается в ее основных характеристиках:

- каждый участок земли является уникальным по своему местоположению и внешнему окружению;
- земля является недвижимой в вещественном отношении;
- земля долговечна, а ее стоимость со временем увеличивается;
- предложение земли ограничено природой;
- земля может использоваться людьми для различных целей.

Земля постепенно становится товаром — объектом хозяйственного оборота, т. е. практически любой участок земли рано или поздно может перейти к новому собственнику и у каждого участка есть своя цена. Как любой товар, земля имеет потребительскую и рыночную стоимость. Потребительская стоимость отражает стоимость земли для конкретного использования; рыночная стоимость — это наиболее вероятная цена продажи участка на открытом и конкурентном рынке.

Земля как товар — это объект купли-продажи, удовлетворяющий различные реальные или потенциальные потребности, и имеющий определенные качественные и количественные характеристики.

Специфика и уникальность земли как объекта оценки определяется следующим;

- невозможно свободное воспроизводство земельного участка в отличие от других объектов недвижимости. Земля является ограниченным природным ресурсом;
- каждый земельный участок неподвижен, т.е. имеет фиксированное местоположение;
- возможно многоцелевое использование земель:

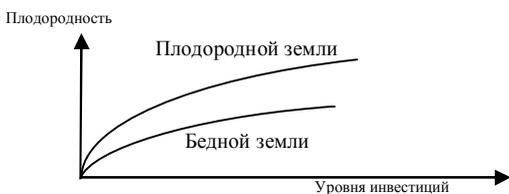
Земли сельскохозяйственного назначения подразделяются на земли, занятые сельскохозяйственными угодьями; земли, занятые внутрихозяйственными дорогами коммуникациями; древеснокустарниковой растительностью, предназначенной для обеспечения защиты земель от воздействия негативных (вредных) природных, антропогенных и техногенных явлений; земли, занятые замкнутыми водоемами, а также зданиями, строениями, сооружениями, используемыми для производства, хранения и первичной переработки сельскохозяйственной продукции.

Приобретение земли

Приобретение земли один из важнейших решений, принимаемых управляющим, так как оно требует больших финансовых вложений и предвещает развитие фермы в течение долгих лет. Перед принятием решения нужно в первую очередь оценить приобретаемую землю, учитывая следующие факторы:

- Состояние плодородности земли, местность, климат
- Соседство
- Расположение, расстояние от дорог, населенных пунктов и рынков
- Наличие построек и обустроенности
- Размеры
- Форму оплаты

Перед тем, как покупать, нужно выявить все обстоятельства, снижающие цену земли. Необходимо тщательно исследовать структуру зданий и построек, состояние, степень плодородности земли, каменистость, состояние системы орошения, интенсивность эрозионных явлений, возможности улучшения земли и т.д. Если земля плодородная, но в свое время была неправильно эксплуатирована, то благодаря правильному управлению можно восстановить ее качества.



На рис. 1.1 приведены функции производства для бедных и плодородных земель.

Продукты, полученные из бедных земель в случае всех уровней вложений меньше, чем от плодородных земель. Таков же максимальный

размер плодородности, причем производственные расходы (например расходы труда и машиноаппаратуры) почти одинаковы для бедной и плодородной земли: Сравнивая показатели плодородия этих двух типов земель, можно предположить, что прибыль, полученная от урожая бедной земли в течение времени будет еще меньше. Определение разницы прибыли необходимо для оценки стоимости обоих типов земли.

Оценка земли требует определенных знаний и способности анализировать. В ряде стран этим занимаются специализированные организации, которые после исследования представляют клиентам подробный отчет о текущей стоимости земли. Нужно подробно остановиться на некоторых вопросах оценки земли. Оценивая землю используют способы проданной похожей земли, с соответствующими поправками. В случае использования способа капитализация прибыли рассчитывается настоящая цена ожидаемой от оцениваемой земли прибыли. Согласно этому методу калькулируется ожидаемая годовая прибыль и ставка заморозки. Стоимость земли оценивается по следующей формуле: рыночного оценивания и капитализации прибыли. Способом рыночного оценивания в основу принимается цена недавно

$$V = F/i \quad (1.1)$$

или

$$i = F/V \quad (1.2)$$

где V - стоимость оцениваемой земли, F - годовая прибыль, i – ставка заморозки.

Для определения последней фермер интересуется, по каким ценам проданы аналогичные земельные участки, находящиеся по-близости и калькулирует их среднегодовой доход. Вставив значения цены проданного земельного участка и прибыли в формулу (1.2), он определяет ставку заморозки. Итак, фермер получает все необходимые данные для оценки своего земельного участка.

Перед принятием решения покупки земли необходимо анализировать поток финансов. Это не способ оценки земли, однако помогает выяснить, хватит ли финансов после реализации урожая для покрытия производственных расходов и уплаты процентов кредита, взятого для покупки земли.

Аренда земли

В случае аренды земли, арендодатель – хозяин земли, отдает принадлежащую ему землю арендатору – пользователю земельного участка, для временного использования. Об этом заключается соответствующий договор, где отмечаются сроки аренды, цена, форма

оплаты, обязанности сторон, методы наказания и др. Для оплаты аренды земли принято 3 способа: денежной оплатой, частью полученного урожая, продуктами скотоводства.

В случае денежной оплаты в договоре отмечается определенная плата за каждый гектар или всего земельного участка: В договоре могут быть предусмотрены ограничения. Арендодатель имеет право предъявлять требования по поводу землепотребления, сохранять водоемы, дороги, ограды, террасы и т.д. Форма денежной оплаты имеет ряд преимуществ и недостатков. Основные из них:

Свобода управления. Заплатив арендодателю стабильную сумму, арендатор свободен в принятии решений по поводу работы. Благодаря опытному управлению он может организовать эффективное производство, получив большую прибыль.

Риск. Арендатор идет на риск, ставя размер арендной платы в зависимость от объема урожая. Независимо от того, сколько составляет прибыль его текущего года, он обязан платить определенную сумму.

Отсутствие заинтересованности со стороны арендодателя. Так как хозяин земли не заинтересован в развитии производства (он и без этого получает плату), он не прилагает средств для капитального благоустройства.

В случае оплаты по части урожая за аренду земли арендодатель получает предварительно определенную часть урожая, одновременно покрывая производственные расходы этой части. Форма оплаты по части урожая имеет ряд преимуществ и недостатков.

Разделение риска. В случае неблагоприятных условий (обморожение, засуха и т.д.) арендодатель разделяет риск с арендодателем.

Контроль управления. Арендодатель, как заинтересованное лицо, вынужден контролировать деятельность арендатора, как на стадии принятия решений, так и подведения итогов.

Оплата продуктами скотоводства мало отличается от оплаты частью урожая. Обычно арендатор предоставляет не только землю, но и постройки, часть поголовья скота. Преимущества, недостатки и возможные проблемы данной формы оплаты приводятся ниже:

Разделение риска в данном случае более, справедливо, чем в случае других форм оплаты.

Капитальные вложения. Так как основные капитальные вложения делает арендодатель, то арендатор может сэкономить свои средства для производственных расходов. Для фермеров, имеющих небольшой капитал такая форма оплаты удобна. Проблема совместного управления

в этом случае становится очень важной, так как и арендодатель, и арендатор равно разделяют риск дела. Свобода арендатора в смысле принятия решений ограничивается вмешательством арендодателя.

Отчеты. Форма оплаты продуктами скотоводства требует тщательного учета и составления отчетов обо всех расходах и доходах.

Эффективность аренды

Важнейшие условия договора аренды земли – срок аренды и раздел производственных расходов, которые значительно влияют на прибыль и арендатора, и арендодателя. Обычно договор заключается на срок от 1-го до нескольких лет. Годовые договора практически всегда продлеваются, однако нужно учитывать, что арендодатель свободен продать землю или заключить другой более прибыльный договор с другим фермером. Это обстоятельство всегда держит в напряжении арендатора и заставляет употреблять плодородные земли, не прилагая усилий для улучшения земли. Неправильное распределение производственных расходов также может снизить эффективность употребления земли. Специалисты управления фермерного дела рекомендуют соответственно урожаю разделять также те расходы, которые непосредственно связаны с производством. Это – расходы на семена, удобрения, ядохимикатов, ороscительной воды. В противном случае неэффективное использование вложений и снижение прибыли приведут к спорам между арендодателем и арендатором. Приведенный в таблице 1.1 пример показывает, что может произойти, если арендодатель не возьмет ясть расходов на себя. Согласно правилу максимальной прибыли, производство более эффективно, когда стоимость пограничного производства равна цене употребленного ресурса. В приведенном примере цена единицы удобрения стоит 6000 драм в случае употребления 600кг удобрения. Если арендатор получает половину продукции, ему не выгоден этот способ употребления удобрения. Для арендатора стоимость пограничного производства – $V_{mpT} = 6000$ драм. Однако в этом случае урожайность снижается с 39700 до 38800 кг.

Таблица 1.1 ПРИМЕР НЕЭФФЕКТИВНОГО УПОТРЕБЛЕНИЯ УДОБРЕНИЯ

Единицы удобрения	Количество удобрения, кг	Урожайность зеленой массы кукурузы, кг/га Y	Стоимость пограничного производства, драм, V_{MP}	Стоимость пограничного производства арендатора, V_{mpT}
1	300	31 000	49 000	24 500
2	400	37 000	42 000	21 000
3	500	38 800	12 000	6 000
4	600	39 700	6 000	3 000
PX – стоимость единицы удобрения равна 6000 драм (100кг ь 60драм/кг)				

Для арендодателя выгоден вариант высокой урожайности, так как на его прибыль не влияют расходы приобретения удобрений. Эта ситуация создает противоречия между арендодателем и арендатором. Для арендодателя главный показатель – урожайность, а для арендатора – правило максимальной прибыли. Во избежание противоречий нужно распределить расходы между двумя сторонами, соответственно долям урожая.

Несмотря на многолетний опыт земельнооценочных работ в нашей стране, оценка рыночной стоимости сельскохозяйственных угодий сопряжена с большими трудностями, как в методическом, так и информационном отношении. Решение придется принимать, основываясь на текущем положении. Для сельхозтоваропроизводителей должны быть открыты информационно-консультационные центры. Где сельхозтоваропроизводители могут получить консультационные услуги по вопросам, приобретению и эффективной аренды земли, повышения квалификации и обучения связанным с осуществлением предпринимательской деятельности.

Список литературы:

1. *Петров, В. И.* Оценка стоимости земельных участков Учебное пособие/ В. И. Петров; под ред. д-ра экон. наук, проф. М. А. Федотовой. – М.: КНОРУС, 2007. - 208 с.- ISBN 5-85971-567-6
2. *Фридман Дж.* Анализ и оценка приносящей доход недвижимости: Пер. с англ. / Джек Фридман, Николас Ордуэй. – М.: Дело Лтд, 1998. -480с. ISBN 5-7749-0045-2
3. *Грибовский, С. В.* Оценка стоимости недвижимости / С. В. Грибовский, Е. Н. Иванова, Д. С. Львов, О. Е. Медведева // – М.: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2003. – 704 с. ISBN 5_8137_0098_6
4. *Глюыхасянб, Л. М.* Управление фермерским хозяйством / Глюыхасянб Л. М., Глюыхасянб Ш. А. Ватт Д. В. // Ереван 1997. – 176с. УДК 339.13
5. *Фридман, Д.* Анализ и оценка приносящий доход недвижимости. – М.: Дело ЛТД, 1995.

БЕЛГОРОДСКАЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО- ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА ПОЗВОЛИТ РАЗВИТЬ ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МОЛОДЕЖИ

Селиверстов Ю.И., канд. техн. наук, проф.
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г.Шухова*

Глубокий и всесторонний анализ Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года показал необходимость мобилизации всех творческих сил, интеллектуального потенциала области на инновационный прорыв посредством создания впервые на новых методологических основаниях инновационной модели пространственного развития. Такой моделью и призвана стать Белгородская интеллектуально-инновационная система (далее - БИИС).

БИИС – это прежде всего множество проектов, которые охватывают систему муниципального образования – школы и университеты, систему здравоохранения, социальной защиты, управленческие структуры, предприятия. Система призвана мобилизовать все творческие силы, интеллектуальный потенциал области на инновационный прорыв.

Миссия БИИС - раскрыть творческий потенциал каждой личности и создать условия для реального участия в инновационном развитии области, эффективно используя природные, материальные, финансовые, духовно-нравственные и иные ресурсы не в ущерб природе.

Безусловно одной из главных движущих сил становления и развития БИИС должна стать инновационная активность молодежи, в первую очередь студентов, аспирантов, молодых ученых и специалистов. Инновационный процесс выдвигает как одно из важнейших условий создание для всех категорий молодежи равных условий в инновационном и научно-техническом творчестве, рационализаторстве и изобретательстве.

Успешное функционирование БИИС во многом зависит от научного сопровождения и кадрового обеспечения, поэтому большая роль в реализации данного инновационного проекта отводится образовательным учреждениям высшего профессионального образования, которые являются основой образовательной среды региона.

В целях реализации основных положений концепции создания БИИС в соответствии с предложениями вузов сформирован план их участия в запуске и реализации БИИС по пяти основным направлениям:

1. Создание новых и модернизация имеющихся научно-исследовательских лабораторий, центров, кафедр управления инновационными процессами.

2. Укрепление материально-технической базы лабораторий, центров и кафедр, участвующих в реализации БИИС.

3. Повышение квалификации и переподготовка кадров вуза с целью научного обеспечения реализации БИИС.

4. Подготовка и выявление студентов, аспирантов, молодых ученых, потенциальных целевых резидентов (специалистов инновационного бизнеса).

5. Участие вузов в реализации проектов БИИС.

План участия вузов в запуске и функционировании БИИС утвержден Советом ректоров Белгородской области 30 ноября 2011 года.

В рамках первого направления запланировано создание на базе технопарка «Аврора Парк» структурных подразделений следующих вузов:

- Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова (далее – БГТУ) – инновационный научно-образовательный и опытно-промышленный центр, инновационный центр цементной промышленности;

- Белгородского государственного института культуры и искусств – парк научного творческо-технологического центра, Славянский центр культуры (как представительство муниципальных районов), этнокультурный центр «Белгородская слобода».

Кроме того, вузами области на своей базе будут созданы новые и модернизированы имеющиеся научно-исследовательские лаборатории, центры, кафедры управления инновационными процессами.

Так, Белгородским государственным национальным исследовательским университетом планируется создание центров инновационного консалтинга и научно-технической информации и прогнозирования.

Белгородской государственной сельскохозяйственной академией им. В.Я. Горина на базе предприятий агропромышленного комплекса области будут организованы проблемные лаборатории по направлениям «Экономика», «Зоотехния», «Ветеринария», «Механизация», «Агрономия».

Старооскольским технологическим институтом (филиалом Московского института стали и сплавов) планируется создание проблемной научно-исследовательской лаборатории «Динамика и прочность машины».

Помимо этого вузами области будет продолжена работа по созданию на своей базе малых предприятий, поскольку именно наукоемкие малые предприятия способны в кратчайшие сроки качественно повысить уровень экономики региона.

В этой связи особая роль отводится уже существующим в крупнейших вузах области бизнес-инкубаторам, которые являются важным объектом инфраструктурной поддержки малых инновационных предприятий. Деятельность бизнес-инкубаторов традиционно направлена на:

- увеличение числа малых предприятий в сфере наукоемких технологий по основным направлениям реализации БИИС, созданных с участием студентов, аспирантов и научных работников;

- активизацию инновационной деятельности студентов, аспирантов и научных работников вузов;

- облегчение доступа малых предприятий к материально-техническим и другим ресурсам в сфере наукоемких технологий.

Опыт эффективной интеграции в схему БИИС демонстрирует БГТУ им. В.Г.Шухова, Инновационная инфраструктура которого представлена двумя инновационными поясами.

Первый, на основе инновационно-технологического центра, бизнес-инкубатора, бизнес-центра и школы инновационного предпринимательства, предназначен для реализации комплекса проектов малых инновационных предприятий, созданных с участием профессорско-преподавательского состава университета, докторантов, аспирантов и студентов. В состав первого пояса входят более шестидесяти малых инновационных предприятий. Это один из лучших показателей среди вузов. Молодые предприниматели осуществляют деятельность в области энергосбережения, нанотехнологий, IT и информационных технологий, разработки новых материалов и оборудования. Практически все предприятия прошли стадию разработки опытно-конструкторской документации, на многих предприятиях уже имеются образцы опытной продукции и промышленных моделей. В настоящее время ведутся переговоры о дальнейшей коммерциализации на предприятиях отрасли региона. Общая сумма реализованной продукции превышает тринадцать миллионов рублей.

Второй инновационный пояс, объединяющий около двухсот ведущих предприятий ряда отраслей, призван содействовать внедрению научно-технических и инновационных разработок ученых университета в промышленность и другие сферы экономики РФ и зарубежных государств, обеспечивать выпуск инновационной продукции на базе разработок ученых БГТУ. В результате реализации эффективного механизма деятельности этого пояса осуществляется ежегодный выпуск инновационной продукции на сумму более пятисот миллионов рублей.

Для развития научно-образовательных инновационных платформ университета создан ряд научно-инженерных школ, которые занимают ведущие позиции не только в России, но и за рубежом. Благодаря разработкам учёных БГТУ успешно решены задачи по совершенствованию и оптимизации технологических процессов на цементных, стекольных и керамических заводах страны. Разработаны технологии производства эффективных строительных материалов и изделий, а также материалов специального назначения – радиационно-защитных, термостойких, огнеупорных, авиационно-космического назначения, специальных модифицированных композитов, обладающих особыми свойствами при взаимодействии с агрессивными средами и т.д.

На сбережение теплоэнергии направлена разработанная «шуховцами» многоуровневая автоматизированная система диспетчерского управления комплекса зданий, которая уже внедрена в ряде организаций городов Белгорода и Старого Оскола. Заключён ряд долгосрочных соглашений с предприятиями, выпускающими высокотехнологичную продукцию, в том числе с такими известными компаниями как «Евроцемент Групп», «Сименс Индастри Софтвар» (Siemens Industry Software).

Рост числа разработок университета позитивно влияет на работу предприятий-производителей строительных материалов в регионе, о чём свидетельствует рост патентной активности научно-исследовательских кадров вуза и лицензионных договоров.

Однако, говоря об инновационной активности молодежи, мы не можем ограничиваться только категорией молодых инноваторов, так или иначе связанных с ВУЗами. Естественно, что значительная часть молодежи – более 250 тыс. человек - трудятся и действуют в реальной экономике вне научно-исследовательских площадок – научных школ, научно-исследовательских центров и лабораторий, кафедр и инновационных малых предприятий. Объективно говоря, в инновационном процессе делать ставку только на молодых

исследователей, ученых, молодых докторантов и аспирантов, членов студенческих научных обществ было бы не вполне правильно. Общеизвестно, что наиболее важные инновационные идеи, разработки, проекты и продукты были рождены и реализованы непосредственно в практике производства.

Исходя из этого, требуется разработка дополнительных организационных и экономических механизмов привлечения самых широких слоев молодежи к деятельности в инновационной сфере. При этом представляется чрезвычайно важным решение в рамках БИИС следующих задач:

1. Создание условий и механизмов для получения молодыми специалистами, работающими в реальном секторе экономики, на основании самообразования необходимых знаний в инновационном менеджменте, инновационном проектировании, бизнес-планировании, патентных и лицензионных процессах, в сфере коммерциализации продуктов, имеющих инновационную составляющую.

2. Сделать доступными для всех категорий молодых инноваторов услуги профессиональных консультантов и экспертов с целью обеспечения дистанционного контакта на всех этапах деятельности в инновационной, научно-технической сферах, в изобретательстве и рационализаторстве.

3. Обеспечить возможность с помощью дистанционных технологий знакомиться с проектами сверстников в самых различных сферах инновационного творчества, устанавливать с коллегами контакты, вплоть до создания совместных творческих групп на удаленном доступе.

4. Формирование атмосферы соревновательности и конкуренции для инновационного и научно-технического творчества молодежи, в рационализаторстве и изобретательстве с обязательным материальным и моральным поощрением наиболее отличившихся творческих коллективов и авторов.

5. Должны быть сформулированы и реализованы принципы партнерских отношений между разработчиками инновационных проектов и менеджерами из числа молодежи, занимающимися их продвижением.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И ЗАЩИТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В РАМКАХ БЕЛГОРОДСКОЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

Селиверстов Ю.И., канд. техн. наук, проф.
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г.Шухова*

Последние десятилетия характеризуются многократным увеличением масштабов мирового рынка интеллектуальной собственности (ИС). Любой высококачественный товар или услуга содержит в себестоимости составляющую, связанную с использованием прав на ИС. По мере повышения уровня зрелости национальной инновационной системы (НИС) накопление интеллектуального капитала становится важным направлением деятельности компаний, реализующих стратегию инновационного роста с целью роста капитализации бизнеса.

Большая часть актуальных проблем развития НИС России имеет отношение к обороту ИС:

- рычаги коммерциализации научных разработок;
- стимулы инновационного поведения хозяйствующих субъектов;
- оценка ИС в целях заключения хозяйственных договоров разных видов и в целях определения инновационного потенциала экономики;
- спецификация и защита исключительных прав на ИС;
- международное сотрудничество в сфере торговли технологиями.

К сожалению, сложившийся в России хозяйственный порядок не создает стимулов к инновационной активности, а ориентирует собственников бизнеса (в основном физических лиц, которые одновременно являются топ-менеджерами или контролируют бизнес через аффилированных лиц в совете директоров) на так называемую рентную максимизацию личного дохода посредством инвестиций в обладание властью.

Как закономерный результат шоковых экономических реформ и приватизации начала 1990-х гг. в России стала общепринятой практика извлечения прибыли и перевода ее в личный доход собственника за счет низкого уровня заработной платы, реализации продукции «своим» посредникам по заниженным ценам и последующей ее перепродажи, заключения контрактов с аффилированными поставщиками (подрядчиками) по завышенным ценам, ухода от бремени социальных

издержек, невыплаты дивидендов миноритарным акционерам, сокрытия доходов в целях минимизации налоговых выплат и т.п.

Несмотря на то, что анархия первоначального постсоциалистического накопления была преодолена, в настоящее время уровень добросовестной конкуренции в экономике остается невысоким. Победа в конкурентной борьбе достигается не за счет внедрения новшеств, а благодаря инсайдерской информации, неформальным связям, доступу к административному ресурсу. Наиболее значительный вклад в создание добавленной стоимости вносят отрасли, которые по своей природе не характеризуются высокой инновационной активностью, но обеспечивают повышенную рентабельность: добыча и переработка природных ресурсов, металлургия, инфраструктурные отрасли и сфера услуг. Продуктовые инновации не являются для них критическим фактором успеха. А технологии и оборудование в российских условиях гораздо проще купить у иностранных производителей.

Причины низкой инновационной активности российского бизнеса, с моей точки зрения, обусловлены тремя факторами:

- неопределенность институциональной среды в средне- и долгосрочном периоде;

- отсутствие методик оценки деловой активности рынка ИС;

- отсутствие или несовершенство правовой базы.

С каждым днем становится все более очевидным тот факт, что обеспечение высоких и устойчивых темпов развития регионов России, достижение стратегических целей государственной власти, в том числе и формирование НИС, невозможно без заинтересованного партнерства государственных и муниципальных органов власти с представителями частного бизнеса.

В этой ситуации безусловного внимания заслуживает опыт Белгородской области по формированию Белгородской интеллектуально-инновационной системы.

В настоящее время Белгородская область - один из самых динамично развивающихся регионов Российской Федерации. Экономический потенциал области огромен, социальная ситуация стабильна, и делается все, чтобы использовать уникальные возможности для создания комфортной, уютной и благоприятной среды обитания людей.

Понимая важность капитализации интеллекта и его роли в развитии экономики и промышленной сферы, в Белгородской области стартовал процессный проект «Белгородская интеллектуально-

инновационная система» (БИИС), который является составной частью Стратегии социально-экономического развития области на период до 2025 года и определяет необходимость объединения всех творческих сил и интеллектуального потенциала области для инновационного прорыва.

БИИС – это, прежде всего, множество проектов, которые охватывают самые разные структуры муниципальных образований – школы и университеты, систему здравоохранения, социальной защиты, управленческие структуры, предприятия. Система призвана мобилизовать все творческие силы, интеллектуальный потенциал области на инновационный прорыв.

По мнению экспертов, в каждой сфере Белгородской области имеются инновационные точки роста. БИИС не только может, но и должна стимулировать расширение инновационного пространства, вызывать синергетический эффект. Поэтому четко формулируется задача улучшения качества и расширенного воспроизводства интеллекта, создания интеллектуального капитала, наращивания и эффективного использования интеллектуальной собственности. Практически всеми осознается острейшая потребность в увеличении доли интеллектуальной собственности в валовом региональном продукте.

При этом защита интеллектуальной собственности, формирование системы правовой, организационной и финансовой поддержки инновационных разработок, а также создание методик экономической оценки деловой активности ИС становится ключевой задачей в процессе функционирования БИИС. Какие меры должны быть реализованы в первую очередь.

1. Правовой аспект.

Систему законодательства в области инновационной деятельности можно представить как комплексное правовое образование, объединяющее в своей совокупности нормативные акты, содержащие нормы различных отраслей права (конституционного, гражданского, административного, уголовного, финансового, налогового и др.), регулирующих отношения, возникающие в процессе осуществления инновационной деятельности хозяйствующими субъектами, а так же государственного регулирования и организации инновационной деятельности. Однако существующая нормативная база значительно отстает от современных требований к механизмам инновационной модернизации экономики.

Было бы абсолютно оправдано со стороны Белгородской областной Думы, Правительства Белгородской области реализовать следующие меры по разработке и принятию соответствующих нормативно-правовых актов.

Во-первых, выступить с предложением ускоренного развития федерального законодательства в сфере научно-технической и промышленной политики, за принятие федерального закона об инновационной деятельности. Такой закон должен определить основные понятия, связанные с инновационной деятельностью, принципы ее государственной поддержки и стимулирования.

Какие первостепенные вопросы возможно решить в этом законе? Прежде всего, необходимо обеспечить интересы государства, субъектов РФ и муниципальных образований в области инновационного развития. Важно определить порядок учета объектов интеллектуальной собственности, созданных в процессе инновационной деятельности, их разграничение между государством, субъектами РФ и муниципальными образованиями. Определить органы, уполномоченные осуществлять полномочия в области инновационного развития.

Требует решения проблема приобретения исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, созданных по государственному контракту. В частности, необходимо найти оптимальный вариант распределения интересов между государственными заказчиками, исполнителями госзаказа и самими разработчиками (авторами) в части закрепления прав на результаты интеллектуальной деятельности.

Во-вторых, данные положения должны получить свое развитие в законах Белгородской области. При этом необходимо учитывать, что региональное законодательство в области инновационного развития нельзя рассматривать в отрыве от федерального законодательства, так как законодательство субъектов РФ не может вступать в противоречие с федеральным законодательством. Правовое обеспечение инновационной деятельности осуществляется на основе сочетания императивных и диспозитивных начал, закрепленных в различных отраслевых правовых нормах.

2. Организационный аспект.

Представляется, что важнейшим фактором в деятельности БИИС является формирование механизмов улучшения патентной ситуации в регионе, решения проблем коммерциализации и введения в хозяйственный оборот инновационных разработок, повышение правовой культуры населения в сфере охраны и защиты результатов

интеллектуальной деятельности. Первые шаги в этом направлении уже сделаны.

В результате проводимой последовательной инновационной политики, в 2011 году в регионе подготовлен пакет документов. Он включает Соглашение о сотрудничестве между Правительством Белгородской области, Роспатентом и Белгородской государственной универсальной научной библиотекой (БГУНБ) в качестве уполномоченной организации региона. Для реализации положений этого Соглашения подписан договор между Государственным автономным учреждением Белгородской области «Многофункциональный центр» (МФЦ) и БГУНБ.

В рамках реализации основных положений договора между библиотекой и МФЦ, на базе Многофункционального центра специалисты библиотеки в области охраны интеллектуальной собственности будут оказывать государственную услугу авторам изобретений, полезных моделей, промышленных образцов и других объектов интеллектуальной собственности по приему заявок и оплате государственной пошлины. Важным преимуществом реализации договора станет ускорение сроков получения патентов и других охраняемых документов на основе применения электронного документооборота. Приоритет заявки будет устанавливаться по дате обращения заявителя в МФЦ (ранее приоритет определялся по дате поступления заявочных документов в Роспатент).

Таким образом, Белгородская область становится одним из первых регионов России, где патентно-информационные услуги будут оказываться с применением информационно-коммуникационных технологий.

Также в 2011 году в целях создания благоприятной инвестиционной среды региона между БГУНБ и областным государственным ОАО «Корпорация «Развитие»» подписано Соглашение о взаимодействии по патентно-информационному обеспечению инновационных проектов, реализуемых на территории Белгородской области.

Все это будет способствовать тому, что изобретатели, инвесторы, производители максимально удобно и быстро получают весь комплекс патентных услуг, сопровождающих цепочку «идея – патент – коммерциализация».

3. Экономический аспект.

Элементы ИС как производственные активы, объекты инвестирования и предмет разнообразных рыночных сделок обеспечивают связь между научно-технической деятельностью и системой экономических отношений. Поэтому, с моей точки зрения, деловая активность рынка ИС является важнейшим показателем развития НИС. Однако единой и общепринятой методологии его оценки пока нет, но она может быть разработана и применена в рамках БИИС.

Для оценки комплексных социально-экономических категорий всегда используется некоторый структурированный набор критериев. Представляется, что методы комплексной оценки и построения рейтинга наилучшим образом подходят для мониторинга деловой активности рынка ИС. Их применение позволяет, с одной стороны, проводить оценку по различным параметрам, а с другой – сформировать комплексный показатель, дающий возможность сравнить ситуацию в разных регионах (муниципальных образованиях).

В настоящее время наблюдается довольно существенная дифференциация уровня инновационной активности по субъектам РФ. Сравнительный анализ региональных рынков ИС дает возможность получить объективную информационную основу для оценки региональной инновационной политики, выявления наиболее действенных мер регулирования и распространения положительного опыта.

В качестве одного из возможных подходов может быть предложена к применению следующая методика.

Этап 1. Выбор агрегированных параметров деловой активности регионального рынка ИС.

Этап 2. Выбор частных критериев оценки в рамках каждого из параметров деловой активности и определение порядка их расчета.

Этап 3. Формирование информационной базы для расчета частных критериев оценки деловой активности рынка ИС.

Этап 4. Расчет интегрального показателя комплексной оценки деловой активности регионального рынка ИС.

Этап 5. Присвоение рейтинга регионам, исходя из значения комплексной оценки.

Этап 6. Анализ деловой активности региональных рынков ИС на основе рейтинговых оценок.

KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF LEARNING ORGANIZATIONS

¹Ščekić, Dr V.,
² Nedeljkić, M.,
³Vasev, MA B.,

Faculty for strategic and operational management, Belgrade, Serbia.

Summary: Knowledge and learning are the most important substances of human capital, the foundations of development and competitive advantage of most organizations in developed countries. Thereby, the knowledge is considered and valued as a key segment of the sustainable development and a basic resource that unites and moves other resources. Also, knowledge as a resource is the basis of creativity, ie. the ability to create new, market useful knowledge. The pressure of the global competition directs organizational activities on the constant improvement of competitive advantage and on creating learning organizations. In fact, the human intellectual capital represents cumulative knowledge, skills and abilities of all employees, as well as the factor of innovation of the company and a meta-resource that affects the efficient use of the resources of other companies.

Keywords: knowledge, resource, learning, learning organizations.

INTRODUCTION

In the contemporary conditions it is almost certain that no company can be successful unless it is learning. Due to learning, unlearned will become educated and smart, that is those who don't learn will become unusable. The ability of an organization to function effectively and efficiently will depend on cumulative knowledge that the organization possesses. Creating value by investing in knowledge from the perspective of learning and growth, provides the organization with exactly such human resources that possess the right knowledge, skills and technical knowledge for the implementation of the concept of organizational learning, which develops competencies that didn't exist previously. The result is that in the growing number of organizations a knowledge management program is being implemented today, which is headed by a manager of learning, knowledge development, intellectual values or knowledge transfer, which is responsible for creating an environment suitable for learning and knowledge management.

ORGANIZATION THAT LEARNS

Corporate management must understand that acquiring new knowledge becomes the key to success. Theoretical analyses show that the companies that create knowledge have different names. These are learning organization,

knowledge creating company or knowledge based organization are in use. The learning organization is the one “whose employees are constantly learning new things and apply what is learned to improve quality, products or services. This is a place where people constantly expand their potential in order to create the results they really want, a place where new and expansive models of thinking are developed, where the collective aspiration is free and where people are constantly learning how to learn together.

It is qualified to create, approve, transmit and modify its behavior in accordance with what is required by the consumer audience. [1] Basic characteristics of the learning organization are: [2]

- Constant learning and increasing the level of individual and organizational knowledge,
- Constant learning becomes an obligation of all members of the organization,
- Learning is considered an integral part of work and work discipline,
- Transfer of the created knowledge becomes the obligation of all employees,
- In a learning organization everyone is both a teacher and a student,
- Learning organizations learn from the experience of everyone and in every place,
- Knowledge is the basic resource of a learning organization.

KNOWLEDGE MANAGEMENT STRATEGY

Establishing a proper knowledge architecture along the vertical and horizontal of an organization is the basic condition for establishing the quality design as well as for creating a strategic competitive advantage of the organization. Aristotle once warned about this, he stated: “A part is important, but the whole is much more important”. [2] Knowledge management strategy represents a general plan of distribution and connectivity, that is coordination of various skills in order to achieve the set goal. It integrates the objectives of an organization, its business policy and establishes the priorities in decision making at the level of the whole.

KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF THE ”LEARNING ORGANIZATION”

Modern business organizations perform their activities in conditions of discontinuity. Discontinuous development of the environment forces all organizations to develop the ability to quickly adapt to changes in order to avoid the divergent development of the organization with its own

environment. The ability to adapt represents the fundamental characteristic and a necessary condition of the functioning of modern organizations.

Implementation of mechanisms for adaptation to change is necessary to understand as an inevitable task of all contemporary organizations that want to survive in the global market. These mechanisms reflect in the institutionalization of organizational and individual learning of all employees.

Organizations that apply the concept of lifelong learning and change in accordance with what is learnt, are known as “the learning organizations”. In brief, “learning organization” can be considered any organization that continually expands its skills and knowledge to create its own future. [3]

Generative learning is associated with organizations that have a proactive attitude towards the environment. They influence the situation in the environment through the innovation in different segments of their own business and at the same time learn from the consequences of their own actions. **Reactive** learning is a passive learning and boils down to learning from others’ experiences and learning based on changes in the environment. “Learning organizations” need to develop the ability to learn in both ways. These organizations encourage teamwork, communication among different business functions and a willingness to communicate with various interest groups in order to improve performance. The emphasis is given to teamwork and systematical thinking in order to learn from each other and to understand what needs to be done to bring change and that this change becomes a part of everyday practice. [4]

Continuous learning and improvement, which will have changes in the functioning of organizations as its consequence, will represent the basis for its further existence and development. It is clear that this type of organization cannot be accompanied by traditional management structures. Management that will direct this type of organization will have to change its management doctrine in some way, that was originally made for traditional organizations.

It is therefore necessary to establish such an organizational framework that will continuously work to develop mechanisms for organizational learning and knowledge management. In addition, modern management must be able to change gained experience very quickly into easily understandable and tangible form that will be adopted by all the employees. The importance of top management to create and maintain the competitive advantage is unambiguous and the introduction of the position of “the chief knowledge development officer” is very important. In the area of jurisdiction for this function there are the following activities: [4]

- Identification of the fund of explicit and implicit knowledge available to the company – do we know for what we know;
- Development of mechanisms for the formation and development of database and knowledge base and their use – knowledge about knowledge;
- Identification of gaps in knowledge and mechanisms for their filling in the recruitment, retraining and development – what we do not know;
- Investing in knowledge and knowledge base and monitoring the effectiveness of that investment.

CONCLUSION

By strengthening managerial competencies for knowledge management a purposeful management of knowledge within the organization and increase of its competitiveness can be achieved. System regulated knowledge management, ie. its organized definition, collection, systematization and distribution, is a fundamental competitive advantage for any organization today, ie. it contributes to the creation of “learning organizations”. Organizations that are organized in this way can perform operations in any segment of the global market and compete with anyone. Unfortunately, apart from the accumulation of knowledge and redesigning the organizational structure of the companies in Serbia, enough inputs have not been provided to achieve a competitive advantage based on knowledge.

Reference:

1. Radosavljević, Ž., Menadžment znanja, Centar za edukaciju rukovodećih kadrova i konsalting, Beograd, 2008, p. 67.
2. Bowman, A.L., Strategic Management, Macmillan, London, 1987.
3. Singe, P., Peta disciplina, Mozaik knjiga, Zagreb, 2003, p. 89.
4. Đuričin, D., Janošević, S., Kaličanin, Đ., Menadžment i strategija, CID Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 2009, p. 478.

ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ

**Слабинская И.А., д-р экон. наук, проф.,
Атабиева Е.Л., канд. экон. наук, доц.,
Слабинский Д.В., канд. экон. наук, доц.,
Ковалева Т.Н., канд. экон. наук, ст. преп.**
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

В конце декабря 2011 года Россия была официально принята во Всемирную торговую организацию, полноправным членом которой станет после одобрения парламента и президента.

Присоединение России к ВТО открывает новые возможности для развития в России бизнеса, ориентированного на экспорт, придаст дополнительный импульс развитию отношений с Евросоюзом. В связи с вступлением в ВТО будут снижены ввозные таможенные пошлины на импортные товары, ограничены пошлины на экспорт, допущены на российский рынок иностранные поставщики многих услуг. Вступление России в ВТО повлечет оживление всех хозяйственных связей, будет способствовать привлечению в российскую экономику иностранных инвестиций.

Этому событию предшествовала большая законотворческая работа по совершенствованию платежной системы Российской Федерации, созданию современной автоматизированной системы расчетов, а также дальнейшему продвижению реформы бухгалтерского учета.

В июне 2011 года принят ФЗ «О национальной платежной системе». Он устанавливает правовые и организационные основы национальной платежной системы, регулирует порядок оказания платежных услуг, в том числе осуществления перевода денежных средств, использования электронных средств платежа, а также определяет требования к организации и функционированию платежных систем, порядок осуществления надзора и наблюдения в национальной платежной системе.

Широкое распространение и использование электронных платежей позволит поставить заслон коррупции, так как будет способствовать установлению сплошного контроля за всеми денежными операциями.

ФЗ «О национальной платежной системе» регулирует:
трансграничный перевод денежных средств - перевод денежных средств, при осуществлении которого плательщик либо получатель

средств находится за пределами Российской Федерации, и перевод денежных средств, в осуществлении которого участвует иностранный банк;

безотзывность перевода денежных средств - характеристика перевода денежных средств, обозначающая отсутствие возможности отзыва распоряжения о переводе денежных средств в определенный момент времени;

безусловность перевода денежных средств - характеристика перевода денежных средств, обозначающая отсутствие условий или выполнение всех условий для осуществления перевода денежных средств в определенный момент времени;

окончателность перевода денежных средств - характеристика перевода денежных средств, обозначающая предоставление денежных средств получателю средств в определенный момент времени;

Безотзывность, безусловность, окончательность перевода денежных средств – очень важная характеристика электронных переводов для осуществления расчетов с иностранными поставщиками. При использовании бумажных носителей, например при аккредитивной форме расчетов, которая чаще всего используется в валютных операциях, покупатель в определенных случаях может приостанавливать платежи.

ФЗ «О национальной платежной системе» дает определение понятия «электронные деньги».

Электронные денежные средства - денежные средства, которые предварительно предоставлены организацией оператору по переводу денежных средств, учитывающему информацию о размере предоставленных денежных средств без открытия банковского счета, для исполнения денежных обязательств организации, предоставившей денежные средства, перед третьими лицами и в отношении которых организация, предоставившая денежные средства, имеет право передавать распоряжения исключительно с использованием электронных средств платежа.

То есть «электронное средство платежа» - это способ, позволяющий организации составлять, удостоверяать и передавать распоряжения для перевода денег в рамках применяемых форм безналичных расчетов с использованием информационно-коммуникационных технологий, электронных носителей информации, в том числе платежных карт, а также иных технических устройств.

Операторами по переводу денежных средств являются:

- 1) Банк России;

2) кредитные организации, имеющие право на осуществление перевода денежных средств;

3) государственная корпорация "Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк).

В рамках исполнения вышеуказанного Федерального Закона «О национальной платежной системе» Центральным Банком РФ внесены изменения в Положение «О безналичных расчетах в Российской Федерации».

Указанное положение регулирует осуществление безналичных расчетов посредством перевода денежных средств между юридическими лицами в валюте Российской Федерации и на ее территории в формах, предусмотренных законодательством, определяет форматы, порядок заполнения и оформления используемых распоряжений в виде расчетных документов.

Безналичные расчеты осуществляются через кредитные организации или Банк России по счетам, открытым на основании договора банковского счета или договора корреспондентского счета.

Списание денежных средств со счета осуществляется по распоряжению его владельца или без распоряжения владельца счета в случаях, предусмотренных законодательством и договором между банком и клиентом.

Порядок оформления, приема, обработки электронных платежных документов и осуществления расчетных операций с их использованием регулируется отдельными нормативными актами Банка России, за исключением расчетов между Банком России или кредитными организациями и их клиентами по договорам, определяющими порядок обмена электронными документами с использованием средств защиты информации.

Положение устанавливает следующие формы безналичных расчетов:

- а) расчеты платежными поручениями;
- б) расчеты по аккредитиву;
- в) расчеты чеками;
- г) расчеты платежными требованиями и инкассовыми поручениями.

В Положении приводятся новые требования к оформлению вышеперечисленных форм, порядок ведения электронной картотеки. Существенным нововведением являются условия закрытия счетов и расчетов с клиентами, расширен перечень и возможности применения для расчетов инкассовых поручений.

В октябре 2011 года Центральным Банком РФ издано Положение «О порядке ведения кассовых операций с банкнотами и монетой Банка России на территории Российской Федерации». Положение распространяется на юридических лиц, ведущих бухгалтерский учет в соответствии с требованиями, установленными законодательством, а также на юридических лиц, перешедших на упрощенную систему налогообложения, на физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица. Наиболее существенные нововведения следующие:

1. Наличные деньги, поступившие за проданные товары, выполненные работы, оказанные услуги, можно сдавать в банк один раз в 7 рабочих дней (а при отсутствии в населенном пункте банка – в 14 дней). Периодичность сдачи влияет на расчет величины лимита остатка наличных денег в кассе;

2. Для ведения кассовых операций лимит остатка наличных в кассе на конец рабочего дня устанавливает руководитель организации (предприниматель).

Правила расчета лимита остатка наличных денег изложены в приложении к Положению № 373-П. Согласно им, при установлении данного ограничения можно исходить или из объема поступлений, или из объема выдач наличных денег. Последний показатель используется при отсутствии поступлений наличных денег за проданные товары, выполненные работы, оказанные услуги.

По первому варианту сумму поступлений наличных денег за проданные товары, выполненные работы, оказанные услуги за расчетный период сначала делят на рабочие дни указанного периода, а потом умножают на рабочие дни, приходящиеся на период времени между днями сдачи в банк поступивших наличных денег.

По второму варианту сумму выдач наличных денег (за исключением сумм, предназначенных для выплат заработной платы, стипендий и других выплат работникам) за расчетный период делят на рабочие дни этого периода. Затем полученный результат умножают на рабочие дни промежутка времени между днями получения по денежному чеку в банке наличных денег (за исключением сумм, предназначенных для выплат заработной платы, стипендий и других выплат работникам).

В том же порядке лимит устанавливается обособленными подразделениями, которым открыт банковский счет. Деньги, хранящиеся в иных обособленных подразделениях, учитываются при определении лимита наличности для организации.

Накапливать в кассе наличные деньги, превышающие лимит, допускается в дни выдачи зарплаты, стипендий, выплат, включенных в фонд заработной платы, и выплат социального характера. Аналогично – в выходные и праздники в случае ведения организацией (предпринимателем) в эти дни кассовых операций. Продолжительность срока выдачи наличных по указанным выплатам – 5 рабочих дней (включая день получения денег с банковского счета на эти цели)

3. Мероприятия по обеспечению сохранности наличных денег при ведении кассовых операций, хранении, транспортировке, порядок и сроки проведения проверок фактического наличия денежных средств определяются организацией (предпринимателем). Никаких указаний по требованиям к оборудованию кассового помещения в Положении нет.

4. Формы кассовых документов содержатся в Общероссийском классификаторе управленческой документации ОК 011-93. Он утвержден постановлением Госстандарта России от 30 декабря 1993 г. № 299.

Как и раньше, кассовыми документами являются приходный и расходный кассовые ордера, расчетно-платежная ведомость, платежная ведомость, кассовая книга, отменен журнал учета приходных и расходных кассовых ордеров.

5. Положение 373П не содержит указания по заключению с кассиром договора о полной материальной ответственности. Такая норма содержится в Трудовом Кодексе.

В 2011 году вступила в действие новая редакция ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт». Дополнения, включенные в новую редакцию этого закона, касаются в основном работы платежных терминалов. Использование автоматизированных платежных терминалов направлено прежде всего на снижение оборота наличных денег, повышение качества расчетов. Закон содержит следующее определение банкомата:

Банкомат - устройство для осуществления в автоматическом режиме (без участия уполномоченного лица кредитной организации или банковского платежного агента, субагента, осуществляющих деятельность в соответствии с законодательством о банках и банковской деятельности) наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт, передачи распоряжений кредитной организации об осуществлении расчетов по поручению физических лиц по их банковским счетам, а также для составления документов, подтверждающих передачу соответствующих

распоряжений.

Закон трактует следующим образом сферу применения контрольно-кассовой техники:

Контрольно-кассовая техника, включенная в Государственный реестр, применяется на территории Российской Федерации в обязательном порядке всеми организациями и индивидуальными предпринимателями при осуществлении ими наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт в случаях продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Организации и индивидуальные предприниматели в соответствии с порядком, определяемым Правительством Российской Федерации, могут осуществлять наличные денежные расчеты и расчеты с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники в случае оказания услуг населению при условии выдачи ими соответствующих бланков строгой отчетности.

Организации и индивидуальные предприниматели, являющиеся налогоплательщиками единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности, могут осуществлять наличные денежные расчеты и расчеты с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники при условии выдачи по требованию покупателя (клиента) документа (товарного чека, квитанции или другого документа, подтверждающего прием денежных средств за соответствующий товар (работу, услугу).

Организации и индивидуальные предприниматели в силу специфики своей деятельности либо особенностей своего местонахождения могут производить наличные денежные расчеты и расчеты с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники при осуществлении следующих видов деятельности:

продажи газет и журналов, а также сопутствующих товаров в газетно-журнальных киосках при условии, если доля продажи газет и журналов в их товарообороте составляет не менее 50 процентов и ассортимент сопутствующих товаров утвержден органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации. Учет торговой выручки от продажи газет и журналов и от продажи сопутствующих товаров ведется раздельно;

продажи ценных бумаг;

продажи лотерейных билетов;

продажи проездных билетов и талонов для проезда в городском общественном транспорте;

обеспечения питанием учащихся и работников общеобразовательных школ и приравненных к ним учебных заведений во время учебных занятий;

торговли на рынках, ярмарках, в выставочных комплексах, а также на других территориях, отведенных для осуществления торговли, за исключением находящихся в этих местах торговли магазинов, павильонов, киосков, палаток, автолавок, автомагазинов, автофургонов, помещений контейнерного типа и других аналогично обустроенных и обеспечивающих показ и сохранность товара торговых мест (помещений и автотранспортных средств, в том числе прицепов и полуприцепов), открытых прилавков внутри крытых рыночных помещений при торговле непродовольственными товарами;

разносной мелкорозничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами (за исключением технически сложных товаров и продовольственных товаров, требующих определенных условий хранения и продажи) с ручных тележек, корзин, лотков (в том числе защищенных от атмосферных осадков каркасами, обтянутыми полиэтиленовой пленкой, парусиной, брезентом);

продажи в пассажирских вагонах поездов чайной продукции в ассортименте, утвержденном федеральным органом исполнительной власти в области железнодорожного транспорта;

торговли в киосках мороженым и безалкогольными напитками в розлив;

торговли из цистерн пивом, квасом, молоком, растительным маслом, живой рыбой, керосином, вразвал овощами и бахчевыми культурами;

приема от населения стеклопосуды и утильсырья, за исключением металлолома; реализации предметов религиозного культа и религиозной литературы, оказания услуг по проведению религиозных обрядов и церемоний в культовых зданиях и сооружениях и на относящихся к ним территориях, в иных местах, предоставленных религиозным организациям для этих целей, в учреждениях и на предприятиях религиозных организаций, зарегистрированных в порядке, установленном законодательством Российской Федерации;

продажи по номинальной стоимости государственных знаков почтовой оплаты (почтовых марок и иных знаков, наносимых на почтовые отправления), подтверждающих оплату услуг почтовой связи.

Организации и индивидуальные предприниматели, находящиеся в отдаленных или труднодоступных местностях (за исключением городов, районных центров, поселков городского типа), указанных в

перечне, утвержденном органом государственной власти субъекта Российской Федерации, могут осуществлять наличные денежные расчеты и расчеты с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники.

Аптечные организации, находящиеся в фельдшерских и фельдшерско-акушерских пунктах, расположенных в сельских поселениях, и обособленные подразделения медицинских организаций, имеющих лицензию на фармацевтическую деятельность (амбулатории, фельдшерские и фельдшерско-акушерские пункты, центры (отделения) общей врачебной (семейной) практики), расположенные в сельских поселениях, в которых отсутствуют аптечные организации, могут осуществлять наличные денежные расчеты и) расчеты с использованием платежных карт при продаже лекарственных препаратов без применения контрольно-кассовой техники.

Закон содержит требования к контрольно-кассовой технике, порядок и условия ее регистрации и применения. Требования к контрольно-кассовой технике, используемой организациями и индивидуальными предпринимателями, порядок и условия ее регистрации и применения определяются Правительством Российской Федерации. При этом контрольно-кассовая техника (за исключением контрольно-кассовой техники в составе платежных терминалов, применяемых платежными агентами и банковскими платежными агентами, субагентами, и банкоматов, применяемых банковскими платежными агентами), применяемая организациями и индивидуальными предпринимателями, должна быть зарегистрирована в налоговых органах по месту учета организации или индивидуального предпринимателя в качестве налогоплательщика; быть исправна, опломбирована в установленном порядке; иметь фискальную память и эксплуатироваться в фискальном режиме.

Контрольно-кассовая техника в составе платежного терминала, применяемого платежным агентом и банковским платежным агентом, субагентом, и банкомата, применяемого банковскими платежными агентами, субагентами, должна быть зарегистрирована в налоговом органе по месту учета налогоплательщика с указанием адреса места ее установки в составе платежного терминала или банкомата; быть исправна, опломбирована в установленном порядке; иметь фискальную память с накопителями фискальной памяти, контрольную ленту и часы реального времени; обеспечивать некорректируемую регистрацию и энергонезависимое долговременное хранение информации о платежах на контрольной ленте и в накопителях фискальной памяти, а также

предоставлять информацию для печати кассового чека платежным терминалом или банкоматом в некорректируемом виде;

эксплуатироваться в фискальном режиме, а в иных режимах исключать возможность печати кассового чека платежным терминалом или банкоматом;

передавать в фискальном режиме в платежный терминал или банкомат зарегистрированную информацию о платежах в некорректируемом виде, обеспечивающую идентичность информации, зарегистрированной на кассовом чеке, контрольной ленте, в фискальной памяти и первичных учетных документах организации или индивидуального предпринимателя, применяющих платежный терминал или банкомат; иметь паспорт установленного образца. Порядок применения кредитными организациями контрольно-кассовой техники и используемых в ней программных продуктов утверждается Центральным банком Российской Федерации.

Организации (за исключением кредитных организаций) и индивидуальные предприниматели, применяющие контрольно-кассовую машину, платежный терминал или банкомат, обязаны использовать контрольно-кассовую технику в составе платежного терминала или банкомата, осуществлять регистрацию применяемой контрольно-кассовой техники в налоговых органах по месту учета организации в качестве налогоплательщика; предоставлять при регистрации, перерегистрации и снятии с регистрации контрольно-кассовой техники в налоговых органах и замене накопителей фискальной памяти налоговым органам паспорт контрольно-кассовой техники и информацию, зарегистрированную в фискальной памяти контрольно-кассовой техники; применять исправную контрольно-кассовую технику, обеспечивающую фиксацию расчетных операций на контрольной ленте и в фискальной памяти; эксплуатировать контрольно-кассовую технику в фискальном режиме; выдавать клиентам при осуществлении наличных денежных расчетов кассовый чек, отпечатанный платежным терминалом или банкоматом; обеспечивать ведение и хранение документации, связанной с приобретением, регистрацией, перерегистрацией и снятием с регистрации в налоговом органе, вводом в эксплуатацию, проверкой исправности, ремонтом, техническим обслуживанием, заменой программно-аппаратных средств, выводом из эксплуатации контрольно-кассовой техники, ходом регистрации контрольно-кассовой техникой информации о платежах, а также обеспечивать должностным лицам налоговых органов, осуществляющих проверку беспрепятственный

доступ к соответствующей контрольно-кассовой технике и документации; предоставлять в налоговые органы по их запросам информацию.

Как показывает перечень принятых только в 2011 году документов модернизация платежной системы РФ должна способствовать созданию системы расчетов, работающей в режиме реального времени. Полная автоматизация всех платежей, а значит и доходов организаций, является неременным условием достижения «прозрачности» бухгалтерского учета, повышения собираемости налогов и заинтересованности потенциальных инвесторов.

Список литературы:

1. «О национальной платежной системе» № 161 ФЗ от 27.06.11
2. «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011) Приказ МФ РФ от 2.02.2011 №11н
3. «О применении контрольно-кассовой техники (ККТ) при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» от 22.05.2003 N 54-ФЗ. (в ред. Федеральных законов [от 03.06.2009 N 121-ФЗ](#), [от 17.07.2009 N 162-ФЗ](#), [от 27.07.2010 N 192-ФЗ](#), [от 27.06.2011 N 162-ФЗ](#))
4. «О порядке ведения кассовых операций с банкнотами и монетой Банка России на территории РФ» Положение ЦБ РФ от 12.10.2011 №373-П
5. «О безналичных расчетах в Российской Федерации» Положение ЦБ РФ от 3.10.2002 №2-П. (в ред. Указаний Банка России от 03.03.2003 N 1256-У, от 11.06.2004 N 1442-У, от 02.05.2007 N 1823-У, от 22.01.2008 N 1964-У, от 13.05.2011 N 2634-У, от 12.12.2011 N 2749-У)

МОДЕЛЬ ПЕРСПЕКТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ИНВЕСТИЦИИ В ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ

Смагин С.В., доц.

*Московский технологический институт
«ВТУ» (филиал в г.Оренбурге)*

В настоящее время экономическая ситуация в России такова, что можно рассчитывать на довольно высокие темпы экономического роста. В ближайшие годы двигателем роста будут инвестиции. С этой точки зрения исследование управления инвестиционным капиталом предприятия в нашей стране представляется фактором фундаментальным, имеющим важное хозяйственное значение.

Развитие инвестиционной деятельности в своей основе имеет противоречие безграничных потребностей инвестиционных вложений и количественной ограниченности инвестиционных ресурсов. Данное противоречие обуславливает необходимость самовозрастания стоимости инвестиционных ресурсов через взаимодействие с объектом вложения, что приводит к выделению инвестиционного производства как особой, относительно самостоятельной системы, в которой и образуется инвестиционный капитал.

Инвестиционный капитал исторически и логически является неотъемлемой составляющей инвестиционной деятельности и представляет собой один из факторов инвестиционного производства. Возникает он в результате взаимодействия финансовых, производственных, человеческих, природных и информационных ресурсов в целях приращения стоимости объекта вложения.

$$IR = \{H, N, F(t), I, P\}, \quad (1)$$

где, IR – совокупность инвестиционных ресурсов; H – человеческие, N – природные, F(t) – финансовые, I – информационные, P – производственные (технично-технологические) ресурсы.

Финансовые ресурсы образуют исходный и заключительный этап любого процесса возрастания стоимости инвестиционного капитала, поэтому целью инвестиционного капитала является обращение финансовых ресурсов, которое обеспечивает возрастание стоимости объекта вложения, а соответственно, и всего инвестиционного капитала (при взаимодействии инвестиционных ресурсов и объекта вложения их стоимость становится неотъемлемой частью стоимости объекта вложения, поэтому именно в его стоимости проявляется стоимость инвестиционного капитала).

Природа и экономическая сущность инвестиционного капитала определяется системой экономических отношений, возникающих в результате взаимодействия совокупности вышеназванных инвестиционных ресурсов, образующих потоковые процессы, оптимизация которых позволяет получить доход в результате прироста стоимости объекта вложения.

Таким образом, механизм формирования инвестиционного капитала предприятия основан на модели взаимодействия инвестиционных ресурсов, которая представляет собой четыре пересекающиеся сферы, образующие множества экономических отношений так, что в центре всей системы находится человек (или человеческие ресурсы). Это обусловлено тем, что в развитии всех экономических отношений человек выступает единственным их началом (рис. 1). Представленная модель существует абстрактно, однако она позволяет, во-первых, продемонстрировать непрерывность движения инвестиционных ресурсов, во-вторых, показать характер экономических отношений по поводу привлечения инвестиционных ресурсов.

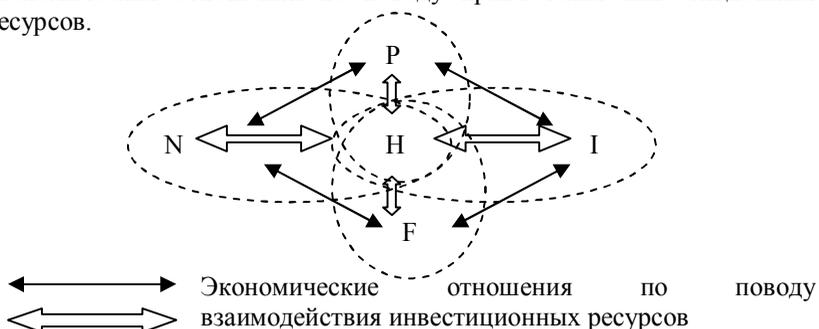


Рисунок 1. Модель взаимодействия инвестиционных ресурсов

Говоря о роли институтов и инструментов финансовой поддержки инвестиционной деятельности, исследователи подчеркивают наличие обратных связей, когда изменения структуры инвесторской базы в значительной степени увеличивают неустойчивость потоков капитала. Не случайно, создание класса институциональных инвесторов, рыночно ориентированных и соответствующих современным требованиям мировой экономики, относят к важным факторам повышения устойчивости финансового сектора стран с переходной экономикой.

Экономические отношения по функциональному назначению привлекаемых инвестиционных ресурсов целесообразно разделить на

две группы. Первая группа отношений, в результате которых происходит вовлечение человеческих, природных, информационных, технико-технологических ресурсов в инвестиционное производство для создания новой продукции (работы, услуги), образует систему трансформационных отношений. Вторая группа отношений, в результате которых происходит распределение и обмен инвестиционных ресурсов посредством институциональных и организационных факторов производства, представляет собой транзакционные отношения. В каждом продукте инвестиционного производства воплощаются трансформационные и транзакционные отношения инвестиционного производства, которые отражают его трансформационные и транзакционные издержки.

А.В. Гукова разработала следующую модель эффективного управления инвестиционным капиталом (рис.2), которая может быть использована для разработок основ управления инвестиционным капиталом на различных уровнях общественного производства.



Рисунок 2. Модель эффективного управления инвестиционным капиталом

Рассматривая модель перспективного воздействия на инвестиции (рис. 3), можно выделить две группы факторов [2]. Верхняя группа факторов, к которой относятся рост общей величины и нормализация структуры спроса, снижение нормы процента и повышение графика предельной эффективности капитала, воздействует на увеличение инвестиций посредством рыночного механизма. Нижняя группа факторов, к которой относятся обеспечение устойчивых характеристик денег, создание благоприятных условий для трансформации сбережений в инвестиции, потенциальная динамика структурных изменений, непосредственно определяется перспективной деятельностью государственного аппарата и его институтов.

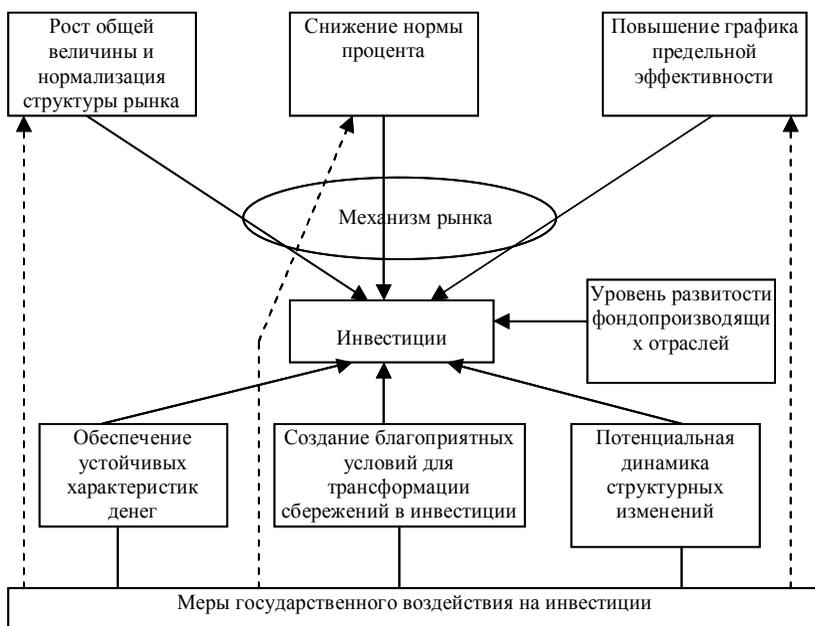


Рисунок 3. Факторная модель перспективного воздействия на инвестиции

В системе стимулирования инвестиционной деятельности необходимо выделить следующие блоки:

– прибыль, получаемую субъектами инвестиционной деятельности как за период окупаемости инвестиционного проекта, так и от дальнейшего использования (эксплуатации) объекта;

- дивиденды, получаемые субъектами инвестиционной деятельности как часть прибыли от внедрения разработок;
- гранды, включаемые в условия инвестиционных конкурсов и торгов, а также в разработку и внедрение инвестиционных программ;
- финансовые льготы для участников инвестиционной деятельности;
- целевое финансирование из бюджета части инвестиционных затрат, связанных с фундаментальными исследованиями и разработками.

Инвестиционная прибыль предприятия (а также иные формы эффекта инвестиций) в процессе его инвестиционной деятельности формируется обычно со значительным «лагом запаздывания». Это означает, что между затратами инвестиционных ресурсов и получением инвестиционной прибыли проходит обычно достаточно большой период времени, что определяет долговременный характер этих затрат. Дифференциация размера «лага запаздывания» зависит от форм протекания инвестиционного процесса.

В процессе формирования и реализации концессионных проектов важно использовать системный подход в механизме государственно-частного партнерства, конкурсный подход к отбору концессионеров и заключению концессионных соглашений. Здесь необходимо обеспечить сопряженность в регулировании двух сфер – инвестиционных и концессионных проектов, накопленные организационные наработки при формировании и реализации инвестиционных программ.

Список литературы:

1. *Гукова, А. В.* Инвестиционный капитал предприятия: теоретические аспекты управления / А. В. Гукова // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – № 4 (109). – С. 26-31.
2. *Ватолин, В. В.* Региональная экономика и инвестиции / В. В. Ватолин, Н. А. Петров, В. В. Крюков // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. № 18 (75). – С. 62-67.

ОПЫТ НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Сомина И.В., канд. экон. наук, доц.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Налоговое стимулирование, бесспорно, выступает значимым инструментом государственной поддержки инновационной деятельности. Практика его применения получила отсчет с 1966 г. в Японии. А с начала 80-х гг. прошлого века этот инструмент стимулирования НИОКР довольно активно используют большинство государств мира.

При этом общепризнано, что налоговое стимулирование является более предпочтительным инструментом активизации инновационной деятельности, нежели бюджетное субсидирование, по ряду причин [8]:

- предприятия (организации) частного сектора самостоятельно определяют направления инновационного развития и несут ответственность за свой выбор;

- из всего многообразия инноваций и инновационных компаний «выживают» только наиболее технически и коммерчески перспективные;

- способствует развитию здоровой конкуренции среди хозяйствующих субъектов;

- не привязано к планированию государственного бюджета;

- признается «общественно справедливым», поскольку в равной степени предоставляется всем участникам рынка, отвечающим определенному набору критериев.

Среди наиболее распространенных в мировой практике налоговых льгот следует выделить:

- налоговые скидки объемного и приростного типа;

- «налоговые каникулы»;

- ускоренная амортизация основных средств, используемых для выполнения НИОКР и внедрения новшеств;

- предоставление инвестиционного налогового кредита (ИНК).

В России в соответствии с действующей редакцией Налогового кодекса для стимулирования инновационной активности применяются такие налоговые льготы, как льготный налоговый режим для резидентов

особых экономических зон технико-внедренческого типа, механизм ускоренной амортизации основных средств, ИНК, возможность учета в составе затрат организации при определении налогооблагаемой базы величины расходов на НИОКР (в т.ч. и не давших положительного результата) и некоторые другие.

Определенными полномочиями в части установления налоговых льгот наделены и регионы России. Рассмотрим одно из наиболее прогрессивных в этом отношении региональных образований – Белгородскую область.

В целом, инновационная деятельность в регионе регулируется законом «Об инновационной деятельности и инновационной политике на территории Белгородской области» от 1 октября 2009 года № 296 [1]. Настоящим законом определены различные формы поддержки инноваторов, в т.ч. предоставление субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам; предоставление в аренду на льготных условиях помещений, находящихся в собственности региона; оказание содействия в оформлении документов на получение патентов и авторских свидетельств и др.

Основы нормативно-правовой базы и характер налогового стимулирования инновационной деятельности, иницилируемые на уровне региона, сведены в табл. 1.

Таблица 1

Система налоговых льгот для инноваторов, введенная на территории Белгородской области

Нормативный документ	Характеристика инструмента налогового стимулирования
1	2
Закон Белгородской области от 30 декабря 2010 года № 13 «Об органе, уполномоченном принимать решения об изменении сроков уплаты налогов в форме инвестиционного налогового кредита» [2]	Изменение сроков уплаты налогов, зачисляемых в областной бюджет, в форме инвестиционного налогового кредита для региональных предприятий, в том числе осуществляющих внедренческую и инновационную деятельность, либо выполняющих научно-исследовательские или опытно-конструкторские работы

Продолжение табл. 1

1	2
<p>Закон Белгородской области от 14 июля 2010 года № 367 «Об установлении ставок налога, взимаемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения, на территории Белгородской области» [3]</p>	<p>Пониженная ставка налога, взимаемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения, для предприятий, выполняющих научные исследования и разработки</p>
<p>Закон Белгородской области от 8 июля 2011 года №48 «О внесении изменения в статью 1 закона Белгородской области «О льготах по налогу на прибыль организаций» [4]</p>	<p>Пониженная ставка по налогу на прибыль организаций, реализующих проекты в сфере энергоэффективности и энергосбережения.</p>
<p>Закон Белгородской области от 8 июля 2011 года №49 «О внесении изменения в статью 2 закона Белгородской области «О налоге на имущество организаций» [5]</p>	<p>Применение пониженных ставок по налогу на имущество организаций, реализующих на территории области инвестиционные проекты, направленные на повышение энергоэффективности и энергосбережения; включённые в долгосрочную целевую программу «Развитие nanoиндустрии Белгородской области на 2010 – 2014 годы»; с привлечением субсидий в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 9 апреля 2010 года № 218 «О мерах государственной поддержки развития кооперации российских высших учебных заведений и организаций, реализующих комплексные проекты по созданию высокотехнологичного производства».</p>

1	2
<p>Распоряжение правительства Белгородской области от 25 января 2010 года № 37-рп «О внесении изменений в распоряжение правительства области от 23 ноября 2005 года № 93-рп» [6]</p>	<p>Применение понижающего коэффициента 0,5 к ставкам арендной платы за пользование нежилыми помещениями, находящимися в собственности Белгородской области, для малых инновационных компаний</p>

Кроме того, налоговые льготы в регионе установлены в рамках долгосрочной целевой программы «Развитие nanoиндустрии Белгородской области на 2010-2014 годы» [7].

В целом, можно говорить о положительном опыте региона в части налогового законодательства, нацеленного на стимулирование инновационной деятельности. Особо следует выделить тот факт, что налоговые стимулы предусмотрены не только для крупных компаний области, но и для малого бизнеса, значимость которого в инновационной сфере подтверждена мировой практикой.

В целях повышения эффективности механизма налогового стимулирования субъектов малого предпринимательства на региональном уровне представляется целесообразным:

- 1) четкое и однозначное нормативно-правовое закрепление статуса «малого инновационно активного предприятия»;
- 2) проработка инструментов налогового стимулирования инновационной деятельности малых предприятий, находящихся на стадии «старт-ап»;
- 3) расширение консалтинговой деятельности в сфере налогового администрирования малого инновационного бизнеса.

Список литературы:

1. Закон Белгородской области от 1 октября 2009 года № 296 «Об инновационной деятельности и инновационной политике на территории Белгородской области» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://belgorodlaw.ru/2009-god/zakon-belgorodskoy-oblasti-ob-innovatsionnoy-deyatelnosti-i-innovatsionnoy-politike-na-territorii-belg.html>.
2. Закон Белгородской области от 30 декабря 2010 года № 13 «Об органе, уполномоченном принимать решения об изменении сроков уплаты налогов в форме инвестиционного налогового кредита» [Электронный

- ресурс] // Режим доступа: <http://innovation.derbo.ru/government-support/perechen-normativno-pravovoj-bazyi>.
3. Закон Белгородской области от 14 июля 2010 года № 367 «Об установлении ставок налога, взимаемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения, на территории Белгородской области» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://zakon-region.ru/belgorodskaya-oblast/7171>
 4. Закон Белгородской области от 8 июля 2011 года №48 «О внесении изменения в статью 1 закона Белгородской области «О льготах по налогу на прибыль организаций» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://base.garant.ru/26340022/>
 5. Закон Белгородской области от 8 июля 2011 года №49 «О внесении изменения в статью 2 закона Белгородской области «О налоге на имущество организаций» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.garant.ru/hotlaw/belgorod/338659/>
 6. Распоряжение правительства Белгородской области от 25 января 2010 года № 37-рп «О внесении изменений в распоряжение правительства области от 23 ноября 2005 года № 93-рп » [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://zakon-region.ru/belgorodskaya-oblast/8565/>
 7. Долгосрочная целевая программа «Развитие nanoиндустрии Белгородской области на 2010-2014 годы» [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.rusnanonet.ru/download/documents/belg_post9.pdf
 8. *Тумина, Т.А.* Активизация налогового стимулирования реальных инвестиций в промышленность: моногр./ Т.А. Тумина, Е.Л. Атабиева, А.А. Рудычев и др. – СПб.: Химиздат, 2008.

СБЫТОВЫЕ РЕСУРСЫ КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Старикова М.С., канд. экон. наук, доц.

*Белгородский государственный технологический
университет им.В.Г. Шухова*

Шацкий А.И., соискатель

*Белгородский государственный национальный
исследовательский университет (НИУ БелГУ)*

Современная теория маркетинга оперирует разнообразными экономическими приемами, моделями, алгоритмами и методами при организации маркетинговой деятельности предприятий. Однако в практике отечественных фирм применяется лишь малая доля передового экономического инструментария, что может быть объяснено как не востребованностью ряда инструментов в современных российских условиях, так и низкой маркетинговой квалификацией руководителей многих предприятий. Снизить некоторый дисбаланс между теоретическими наработками маркетинга и их практическим применением возможно с помощью относительно новой экономической категории – «маркетинговый потенциал».

По мнению Е.В. Попова, потенциал маркетинга — это совокупность средств и возможностей предприятия в реализации маркетинговой деятельности [3]. Иными словами, сущность маркетингового потенциала состоит в максимальной возможности использования предприятием всех передовых наработок в области маркетинга. Поэтому можно утверждать, что маркетинговый потенциал также предполагает использование различных маркетинговых ресурсов и может носить интегральный характер. Словарь рекламных терминов на сайте AdVesti.ru предлагает следующее определение: «маркетинговый потенциал – это, во-первых, неотъемлемая часть потенциала предприятия, во-вторых, совокупная способность маркетинговой системы (предприятия) обеспечивать постоянную конкурентоспособность предприятия, экономическую и социальную конъюнктуру его товара или услуги на рынке благодаря планированию и проведению эффективных маркетинговых мероприятий в области исследования спроса, товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политики, а также организации стратегического планирования и контроля за поведением товара, конкурентов и потребителей на рынке.

Анализ других источников позволил выявить несколько подходов к пониманию маркетингового потенциала организации:

1. Целевой подход. В его рамках маркетинговый потенциал можно рассматривать как совокупность имеющихся у предприятия возможностей достигать поставленные маркетинговые цели. В этом случае важно учитывать, что маркетинговый потенциал зависит, как от внутренних маркетинговых ресурсов, так и от правильности поставленных целей, то есть от эффективности управленческой компоненты.

2. Функциональный подход, в соответствии с которым маркетинговый потенциал преподносится как совокупность коммерческих и сбытовых навыков, позволяющих выполнять транзакции с наибольшей степенью эффективности.

3. Рыночный подход, в котором маркетинговый потенциал предстает, как рыночные возможности сбыта продукции. Иными словами, функциональный и рыночный подход – есть две стороны оценки сбытовых возможностей компании. Понимание маркетингового потенциала в рыночном подходе пересекается с дефиницией «рыночный потенциал», которая отражает потенциальную емкость рынка. Вместе с тем, на наш взгляд, маркетинговый потенциал включает не только понимание максимальных возможностей спроса, но и потенциал, связанных с возможностью и стоимостью приобретения конкурентных преимуществ и быстротой завоевания покупательских предпочтений. Иными словами маркетинговый потенциал разный у разных рынков, если опираться на рыночный подход к определению исследуемой категории.

4. Ресурсный подход, в рамках которого маркетинговый потенциал предприятия определяется совокупностью имеющихся маркетинговых инструментов, кадров подходящей квалификационной категории, технологических возможностей, характером и эффективностью внутренних и внешних коммуникаций, позволяющих осуществлять маркетинговую деятельность.

5. Когнитивный подход, актуальность которого возрастает по мере углубления отношений, построенных на экономике знаний. В соответствии с данным подходом, маркетинговый потенциал – это совокупность накопленных и потенциально возможных знаний (которые могут проявиться в результате прохождения курсов повышения квалификации, получения большего практического опыта маркетинговой деятельности и пр.).

6. Унитарный подход, в соответствии с которым маркетинговый потенциал предприятия является неотъемлемой частью экономического потенциала предприятия, обеспечивающей его конкурентоспособность, экономическую и социальную востребованность товара на рынке, благодаря проведению эффективных маркетинговых мероприятий в области исследования спроса, товарной, ценовой, распределительной, сбытовой политики, организации стратегического планирования и контролю за поведением товара, конкурентов, потребителей и самого предприятия на рынке.

Таким образом, можно сделать вывод, что в представленных подходах подчеркиваются различные аспекты понятия «маркетинговый потенциал». Учитывая всеобщие экономические тенденции, в том числе фактор углубления глобализации, представляется более корректным опираться на целевой подход, которому не противоречат унитарный, ресурсный и рыночный подходы. Маркетинговый потенциал предприятия, отсюда, может определяться тремя составляющими: 1) *имеющимися возможностями макросреды* (STEP-факторами); 2) *возможностями микросреды* (рыночным потенциалом, покупательскими предпочтениями, партнерскими отношениями с контрагентами, конкурентной активностью); 3) *маркетинговыми компетенциями предприятия* (пониманием руководством функций маркетинга и правильностью постановки задач, наличием квалифицированных кадров в области маркетинга, эффективностью системы внутренних коммуникаций между сбытовыми, закупочными, производственными, экономическими, финансовыми и маркетинговыми подразделениями, имеющимися техническими возможностями, эффективностью маркетингового аутсорсинга и пр.). В укрупненном плане потенциал маркетинга является суммой методических, человеческих, материальных и информационных ресурсов, обеспечивающих маркетинговую деятельность.

При практической оценке маркетингового потенциала, главным и доступным в информативном плане должен быть критерий, характеризующий уровень реализации продукции того или иного предприятия. Это объясняется тем, что любой хозяйствующий субъект может производить продукцию согласно производственным возможностям, то есть производственной мощности, затрачивая при этом имеющиеся информационные, инновационные, инвестиционные и прочие ресурсы. Однако уровень сбыта показывает, насколько продукция данного предприятия востребована относительно его возможностей. Таким образом, сбытовой потенциал является

важнейшей частью маркетингового потенциала.

В условиях рыночной системы хозяйствования под сбытом следует понимать комплекс процедур товародвижения и продвижения готовой продукции на рынок (формирование спроса, получение и обработка заказов, комплектация и подготовка продукции к отправке покупателям, отгрузка продукции на транспортное средство и транспортировка к месту продажи или назначения) и организацию расчетов за нее. Главная цель сбыта – реализация экономического интереса производителя (получение предпринимательской прибыли) на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей. Хотя сбыт – завершающая стадия хозяйственной деятельности товаропроизводителя, в рыночных условиях планирование сбыта предшествует производственной стадии и состоит в изучении конъюнктуры рынка и производственных возможностей предприятия производить пользующуюся спросом (перспективную) продукцию и в составлении планов продаж, на основе которых должны формироваться планы снабжения и производства.

Сбытовая политика играет ключевую роль в нескольких областях стратегического планирования компании. Служба сбыта должна определить лучший способ достижения стратегических целей для каждого подразделения компании. Целью менеджеров по сбыту не всегда является обеспечение роста продаж. Их целью может быть поддержание существующего объема продаж при одновременном сокращении расходов на рекламу и продвижение товаров на рынке или даже снижение спроса. Другими словами, служба сбыта должна поддерживать спрос на уровне, определенном в стратегических планах высшего руководства. В качестве критериев принятия решений при осуществлении мероприятий сбытовой политики могут применяться: величина товарооборота; доля рынка; расходы по сбыту; степень разветвленности сети распределения, что характеризуется уровнем сохраняемости продукта в процессе его сбыта от производителя до конечного потребителя; имидж каналов сбыта, т.е. организаций, обеспечивающих распределение и сбыт товаров; уровень кооперации субъектов в системе распределения, обеспечивающий снижение конфликтности и коммерческого риска; гибкость и живучесть сбытовой сети.

Существуют разные мнения относительно значения сбыта для компании. В некоторых фирмах служба сбыта – обычный отдел, работающий наравне с другими подразделениями. Порой маркетингологи впадают в другую крайность, утверждая, что отдел маркетинга – главное функциональное подразделение компании. Такие маркетингологи

уверены, что именно служба сбыта должна определять миссию, товары и рынки компании и руководить другими функциональными подразделениями в процессе обслуживания покупателей.

Основным ориентиром в деятельности компании следует считать покупателя. Фирма не может существовать и преуспевать без покупателей, поэтому их привлечение и удержание является главной задачей. Покупателей привлекают обещаниями, а удерживают выполнением этих обещаний. Служба маркетинга формулирует эти обещания и обеспечивает их выполнение. Однако, поскольку реальное удовлетворение покупателя зависит от работы других отделов, все функциональные подразделения должны работать сообща, чтобы добиться удовлетворения покупателя и заслужить его высшую оценку. Служба сбыта (маркетинга) играет координирующую роль в работе всех подразделений над решением задачи удовлетворения покупателя.

Сбыт является средством достижения поставленных целей предприятия и завершающим этапом выявления вкусов и предпочтений покупателей. Сбыт продукции для предприятия важен по ряду причин: объем сбыта определяет другие показатели предприятия. Кроме того, от сбыта зависят производство и материально-техническое обеспечение.

Таким образом, в процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия, направленный на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли. Приспосабливая сбытовую сеть и сервисное обслуживание до и после покупки товаров к запросам покупателей, предприятие-производитель повышает свои шансы в конкурентной борьбе.

Список литературы:

1. *Балабанова, Л. В.* Стратегическое маркетинговое управление на основе бенчмаркинга: монография [Текст] / Л. В. Балабанова, В. В. Слипенький. – Донецк: ДонГУЭТ, 2008. – 171 с.
2. *Воронкова, А. Э.* Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом [Текст] / А. Э. Воронкова. – Луганск: ВНУ, 2010. – 915 с.
3. *Попов, Е. В.* Продвижение товаров и услуг: учебное пособие / Е. В. Попов. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 320с.

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В УКРАИНЕ

Стогний Е.А., ст. преп.

Харьковского торгово-экономического института КНТЭУ

Введение. Становление рыночных отношений в Украине невозможно без возникновения большого количества различных форм хозяйствования. На сегодняшний день среди других наиболее распространенными являются акционерные общества. Обеспечение их экономического роста, прежде всего, обеспечивается эффективным процессом корпоративного управления.

Корпоративная форма бизнеса - явление сравнительно новое, которое возникло как ответ на определенные требования времени. По официальным данным, количество акционерных обществ в Украине на конец 2009 года составила около 32 тыс., из них 11 тыс. - публичные и почти 21 тыс. - частные. Общий объем производства акционерных обществ в Украине составляет около 75% ВВП страны. Именно в акционерных обществах сосредоточено свыше 60% промышленно-производственного потенциала Украины.

Система корпоративного управления представляет собой организационную модель, с помощью которой корпорация представляет и защищает интересы своих инвесторов. Данная система включает в себя многое: от совета директоров до схем оплаты труда исполнительного звена и механизмов объявления банкротства. Тип применяемой модели зависит от структуры корпорации, существующей в рамках рыночной экономики, и отражает сам факт разделения функций владения и управления современной компанией.

Различную роль в деятельности корпорации играют органы управления: общее собрание, наблюдательный совет, исполнительный орган (правление), ревизионная комиссия. Создание четкой системы взаимодействия этих органов является первоочередной задачей и объектом корпоративного управления.

Итак, развитие системы корпоративного управления в Украине требует теоретического и практического исследования.

Постановка проблемы. Проблемам корпоративного управления посвящены труды многих отечественных и зарубежных ученых, среди которых: А. Берле, А. Уильямс, Дж. Гилберт, Р. Каплан, Д. Нортон, И.

Булеев, Л. Довгань, Т. Дьяченко, Ю. Козак, В. Ландик, С. Якубовский и др.

Большинство современных исследований в данной области, к сожалению, сосредоточено на адаптации иностранных методик, технологий управления в современных проблем украинских предприятий. Таким образом, не принимаются во внимание национальные модели, которая формируется, украинского корпоративного управления. Решение данной проблемы нам видится в необходимости разработки принципиально иного подхода, основанного не на копировании пусть даже позитивных форм управления, а на создании условий для формирования нового украинского типа корпоративного управления с учетом исторических, экономических и социальных особенностей отечественного менеджмента.

Актуальность исследования. Усиление процессов централизации производства и капитала компаний на национальном и международном уровне, что происходит под влиянием тенденций к глобализации и интернационализации хозяйственной деятельности, приводит к тому, что создание эффективного механизма корпоративного управления приобретает особое значение для перспективного развития компании. Установление четких взаимоотношений между отдельными подразделениями фирмы, распределение между ними прав, обязанностей и ответственности отражено в организационной структуре, в которой реализуются различные требования к совершенствованию системы управления, которые находят выражение в тех или иных принципах управления. Организационные структуры управления международных корпораций отличаются большим разнообразием и определяются многими объективными факторами и условиями.

Анализ последних исследований и публикаций. Основоположниками корпоративного управления принято считать ведущих зарубежных экономистов А. Берли и Г. Минза. Хотя ряд классиков экономической науки придавали этому аспекту экономической науки немаловажное значение - Друкер П., Кейнс Дж. М, Ламбен Ж., Маршалл А., Ойкен В. , Портер М., Самуэльсон П., Чемберлин Э. дальнейшем их исследования были развиты в трудах таких видных ученых, как Ансофф И., Батнер В., Йермах Д., Лазер Р., Лорш Д., Мейер К., Милгром Р., Мэйн Б., Сейлер Д., Селливан Д., Тобин Д., Хессель М., Чархи Д., Шлейфер А. и др.

В отечественной экономической науке вопросам корпоративного управления также в конце девяностых годов начали уделять заметное

внимание. Это связано с процессами трансформации экономики и объективной необходимостью становления новой системы отношений, основанной на принципах корпоративного менеджмента. Наибольший интерес, по нашему мнению, представляют работы таких ученых, как Вакульчик А.Н., Голев М.К., Павлов В.И., Горлач Н.Ю. и ряда др.

Всестороннее изучение трудов зарубежных и отечественных ученых показало, что практически все они сосредоточены на проблемах создания и развития корпоративного управления.

Важно акцентировать внимание на том обстоятельстве, что большинство украинских корпораций возникли не вследствие эволюции индивидуального бизнеса, а вследствие преобразования государственных структур, что накладывает серьезные национальные особенности.

Итак, в современной отечественной экономической литературе широко освещаются проблемы корпоративного управления, рассматриваются его модели и методы, обобщается отечественный и зарубежный опыт становления и развития корпоративного управления, разработаны общие теоретические основы формирования механизма управления корпорациями. Результаты фундаментальных исследований проблем развития корпоративных отношений отражены в работах отечественных ученых-экономистов, в частности С. Румянцева [10] и Г. Астапова [2] и др.

Эффективность системы корпоративного управления определяются внешними (действуют в частном секторе и в сфере законодательства и рыночного регулирования) и внутренними (факторы предприятия) факторами, которые характеризуют особенности функционирования корпораций и образуют определенную модель системы корпоративного управления.

Можно выделить следующие основные черты корпоративного управления в Украине: проблема возникла в 1992 году; создано около 32 тысяч акционерных обществ более 12 тысяч акционерных обществ создано в процессе приватизации; законодательство несовершенно; подавляющее большинство лиц, заинтересованных в деятельности обществ, не обладает должным уровнем корпоративной культуры и опытом корпоративных отношений, осознание необходимости внедрения эффективного корпоративного управления ощущается на всех уровнях; разработаны новые нормативные акты в сфере корпоративного управления, осуществляется много образовательных мероприятий; напечатано учебные издания по вопросам корпоративного управления.

Дальнейшее познание процесса корпоративного управления невозможно без уточнения выполняемых им функций. Итак, проведенные нами исследования позволили сформулировать функции корпоративного управления и определить их сущность.

Уровень развития корпоративного управления в стране определяется уровнем развития корпоративного законодательства и корпоративной культуры. Корпоративная культура охватывает корпоративные обычаи и обычную практику деловых отношений, корпоративные прецеденты, локальные нормативные акты акционерных обществ. В акционерных обществах возникают сложные корпоративные взаимоотношения между акционерами и их отдельными группами, исполнительным органом общества, основанные на решении проблем, связанных с корпоративным управлением. Противоречия между различными группами акционеров или между акционерами и исполнительным органом акционерного общества всегда приводит к возникновению корпоративных конфликтов.

Наши исследования показывают, что в акционерных обществах с эффективной системой корпоративного управления, как правило, такие конфликты решаются достаточно быстро и не влияют на эффективность деятельности акционерного общества. Сама же система корпоративного управления настроена на формирование непрерывного процесса по преодолению таких противоречий. Если система корпоративного управления эффективна, то корпоративные конфликты являются позитивным источником развития акционерного общества. И наоборот из-за неэффективной внутри корпоративной системы управления корпоративные конфликты приводят к банкротству общества.

Выводы. Таким образом, особенности корпоративного управления определяются характером деятельности компании, масштабом и сложностью финансово-хозяйственной деятельности, территориальным рассредоточением подразделений и т.п. В зарубежных странах эффективность корпоративного управления также зависит от законодательных и регулирующих актов, среди которых особое место занимают кодексы корпоративного управления.

В условиях становления корпоративного управления на украинских предприятиях и компаниях особенно важное значение приобретает необходимость законодательного установления требований и принципов корпоративного управления, соблюдение которых должно обеспечиваться государством. Украинским законодательствам определении лишь принципы корпоративного управления, которые во многом напоминают международные корпоративные стандарты ОЭСР.

В процессе разработки и внедрения национального кодекса корпоративного управления необходимо обобщить мировой опыт в этой области для того, чтобы национальные принципы корпоративного управления отвечали лучшим мировым традициям и учитывали общепринятые нормы корпоративного управления, а также учитывали специфические особенности и современные проблемы управления компаниями в Украине. Кодекс корпоративного управления должен стать реальным действенным механизмом в системе обеспечения эффективного управления компаниями в Украине.

Важным в этом отношении является также согласование интересов участников корпоративных отношений, способствовать внедрению в практику деятельности украинских компаний принципов корпоративного управления, усилению государственного контроля, за соблюдением акционерными обществами прав акционеров и взаимодействия с судебными органами относительно судебных дел по защите прав инвесторов.

Список литературы:

1. Закон України «Про акціонерні товариства» від 17.09.2008 р. №514-VI .
2. Астапова, Г. В. Організаційно-економічний механізм корпоративного управління авіапідприємством на основі права трудової власності: Монографія. – К.: НАУ, 2006. – 244 с.
3. Вакульчик, О. М. Корпоративне управління: Економіко-аналітичний аспект. – Д.: Пороги, 2003. – 256 с.
4. Дяченко, Т. О. Сучасні проблеми корпоративного управління в Україні // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 6 (73) – С. 71-75.
5. Еськов, А. Л. Корпоративная культура: теория и практика. – К.: Науковий світ, 2004. – 66 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЖИЛИЩНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРИМЕРЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Сыркина Я.В., ассистент

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Сегодня наибольшее влияние на развитие человеческого капитала и улучшения социального и экономического статуса населения оказывает работа фондов здравоохранения, образования и науки, жилищного фонда, фонда социального обеспечения. Для решения проблем в области государственного, экономического, экологического, социального и культурного развития [4] страны государством разработаны целевые программы, такие как: «Здоровье», «Образование», «Доступное и комфортное жилье гражданам России», «Культура России» и др. Общей задачей всех проектов, наряду с достижением социального эффекта, является привлечение частных вложений, роль которых играли бы внебюджетные источники, и разработка благоприятных условий для их инвестирования в ту или иную сферу деятельности.

В законодательстве РФ инвестиции определены как «денежные средства», к которым относят целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, лицензии, в том числе на товарные знаки, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли и достижения положительного социального эффекта»[1].

В свою очередь, частные инвестиции - инвестиции образуемые из средств частных, корпоративных предприятий и организаций, граждан, включая как собственные, так и привлеченные средства [6].

Для более быстрого и качественного внедрения денежных средств на рынок инвестиций инициативы по инвестированию должны принадлежать, прежде всего, государству. Еще Джон Куинси Адамс говорил: «Главная цель гражданского правительства как института заключается в улучшении условий жизни тех, кто является участником общественного договора. Общепризнанная цель деятельности правительства в любой его мыслимой форме достигается им лишь в той мере, в какой ему удается улучшить положение граждан, которыми оно призвано управлять» [3].

Остановим свое внимание на реализации программы «Доступное и комфортное жилье гражданам России» в Белгородской области за 2006-2010 гг. Главной задачей проекта было устранение основных проблем российского жилищного рынка:

- невозможность покупки жилья из-за низкого уровня доходов населения;
- отсутствие эффективной системы кредитования;
- несоответствие существующих жилищных объемов потребностям населения;
- неразвитость схемы реализации земельных участков и территориального планирования;
- заниженный ввод социального жилья;
- низкое качество жилищных и коммунальных услуг и др.[4].

На момент внедрения программы ограниченный платежеспособный спрос населения на жилье превысил предложение на рынке жилья, большая часть жилищного строительства финансировалась за счет средств населения, в связи, с чем активно стал развиваться первичный рынок недвижимости, что привело к массовой застройке пригородных территорий объектами ИЖС (индивидуального жилищного строительства) график 1 [2].

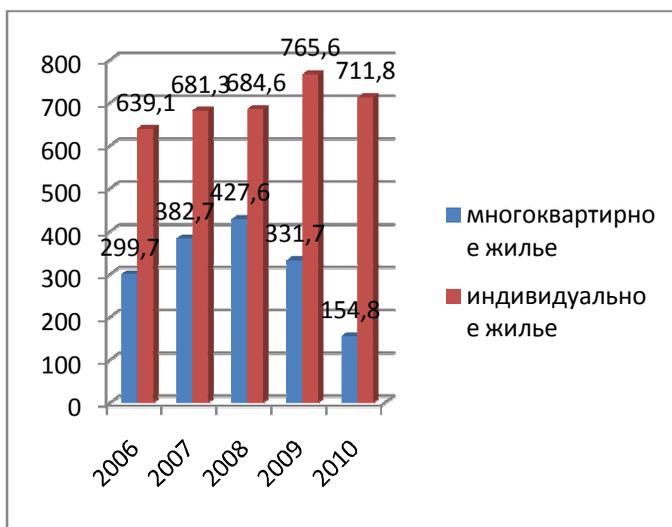


График 1. Ввод жилья на территории Белгородской области в 2006-2010 гг.

Этому так же поспособствовало сокращение сроков согласования строительной документации, упрощение схемы выделения земель под застройку, обеспечение застраиваемых участков дорогами и инженерной инфраструктурой.

Инвестиционный климат поддерживался использованием дополнительных методов финансирования. Методами были выбраны:

- банковские и ипотечные схемы кредитования со сниженной процентной ставкой, на основании Соглашения о сотрудничестве №26/01-2573 от 01.09.2010г. между Центрально-Черноземным банком, Правительством Белгородской области и ОАО "Белгородская ипотечная корпорация"[5];

- государственные инвестиции на поддержку населения, получающего кредиты на покупку или строительство жилья – субсидии для приобретения жилья молодым семьям, ветеранам, семьям военнослужащих, детям-сиротам, инвалидам и семьям, имеющим детей-инвалидов.

Вложению частных инвестиций послужило снятие моратория на пользование материнским капиталом, повышение налогового вычета при покупке квартиры через ипотеку, создание строительных сберегательных кооперативов и увеличение денежного дохода населения, которое можно проследить на графике 2 [2].

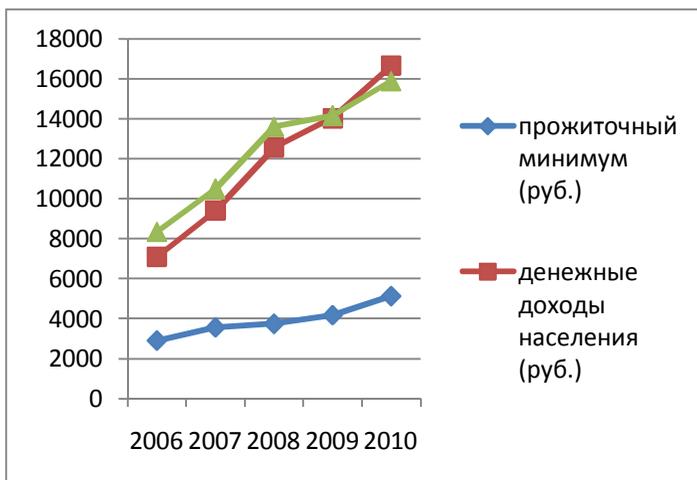


График 2. Соотношение величины прожиточного min со средними доходами населения

Так в 2006 году было введено в эксплуатацию 946,6 тыс. кв. м общей площади жилья, в том числе населением за счет собственных или заемных средств 642,8 тыс. кв. м, а к 2010 году эти цифры достигли 1100,2 тыс. кв. м общей площади жилья и 853,2 тыс. кв. м за счет средств населения график 3 [2].

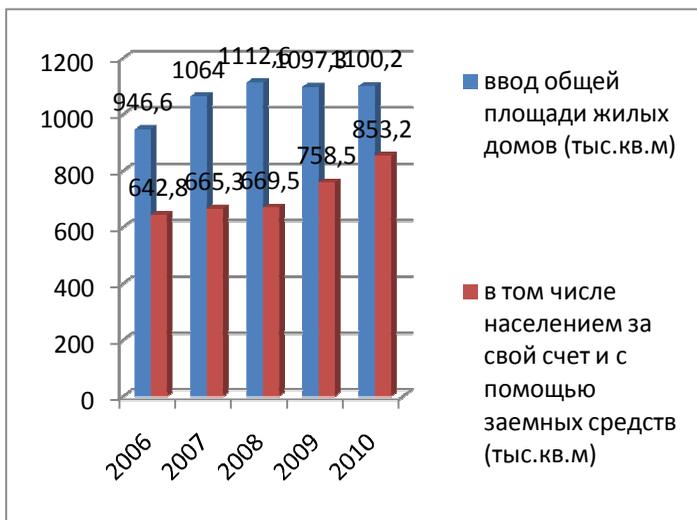


График 3. Ввод общей площади жилых домов за период действия программы «Доступное и комфортное жилье гражданам России» в 2006-2010 гг.

Привлечение внебюджетных источников дало положительный социальный и экономический эффекты. За время реализации проекта произошел скачок инвестиционной активности участников рынка жилищного строительства, сформировались новые жилые микрорайоны с созданием рабочих мест, ограничилась плотность жилого фонда, населения и транспорта в городах за счет продвижения концепции строительства пригородных жилых комплексов, увеличилось число кв. м сданного жилья для отдельных категорий граждан, установленных федеральным законодательством [5].

Вместе с этим, общий эффект был достигнут и с помощью поддержки развития инвестиционной сферы через прямое участие государства в социальной инвестиционно-инновационной политике, посредством создания благоприятных условий для вложения

долгосрочных финансовых активов населения и предоставления льготных условий займа и кредитования физическим и юридическим лицам. Свой вклад внесло выполнение таких долгосрочных целевых программ как: областная программа «Строительство (приобретение) жилья для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, и лиц из их числа», областная программа «Обеспечение жильем молодых семей Белгородской области», областная программа «Развитие и государственная поддержка малого и среднего предпринимательства Белгородской области на 2007-2010 годы», программа «Создание системы кадастра недвижимости на территории Белгородской области (2007-2011 годы)», областная целевая программа «Совершенствование и развитие дорожной сети в Белгородской области на 2008-2010 годы» и др.

Реализация рассматриваемой программы стимулировала дальнейшее развитие финансово-кредитных институтов рынка жилья, общему росту ВВП страны, созданию новых рабочих мест, увеличению налоговых поступлений, повышению качества и уровня жизни населения и появлению предпосылок для комплексного развития данного сектора экономики.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 25.02.99 №39 ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации».
2. www.belg.gks.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области.
3. www.gumer.info – Библиотека «Гумер - гуманитарные науки».
4. www.programs-gov.ru – официальный сайт Федеральные целевые программы России.
5. www.belregion.ru – официальный сайт «Белгородская область».
6. www.glossary.ru – официальный сайт Глоссарий.ру

К ВОПРОСУ О КУРЕНТНОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

Тимофеева С.Б., ст. преп.

Харьковская национальная академия городского хозяйства

Современные процессы экономического развития, такие, как глобализация, регионализация, формирование «новой экономики», обуславливают повышение роли регионов отдельных государств, как на национальном, так и в системе мирового хозяйства. Одним из проявлений глобализации в конце XX - начале XXI века является предоставление национальным регионам статуса самостоятельных, независимых субъектов международных конкурентных отношений. Все чаще они анализируются как квазипредприятия, активно распоряжающиеся своими ресурсами для повышения конкурентоспособности в экономической, социальной, научно-технической сферах с целью привлечения инвестиционных средств и высококвалифицированного трудоспособного населения. Именно в данном контексте особую актуальность приобретает проблематика региональной конкурентоспособности, которая заключается в способности региона создавать, развивать и защищать свои конкурентные преимущества.

В условиях усиления взаимозависимости и взаимосвязи экономических процессов в иерархии конкурентоспособности особое место занимает конкурентоспособность региона. Это объясняется тем, что регионы являются самостоятельными субъектами рыночных отношений, где непосредственно реализуются поставленные цели и задачи удовлетворения социально-экономических потребностей населения, в достижении которых существенное значение имеет их конкурентоспособность. Усиление тенденций регионализации, региональной интеграции в мировой экономике приводит к повышению необходимости четкого определения понятия «конкурентоспособность региона». Под конкурентоспособностью региона следует понимать его роль и место в экономическом пространстве, способность обеспечить высокий уровень жизни населения и возможность реализовать имеющийся в регионе экономический потенциал (финансовый, производственный, трудовой, инновационный, ресурсно-сырьевой и др.) [1].

Анализируя конкурентоспособность региона важно отметить, что «конкурентоспособность региона» является не только свойством

экономической системы, а и сама выступает системой свойств, которые позволяют региону эффективно вести конкуренцию для достижения поставленных целей. При этом конкурентоспособность региона как система имеет следующие признаки: множество элементов, обеспечивающих конкурентоспособность региона (конкурентные преимущества и их источники, факторы и критерии оценки конкурентоспособности и др.); взаимосвязь между элементами, входящими в систему конкурентоспособности региона; целостность и единство элементов, их структура и иерархичность; четко выраженное управления конкурентоспособностью региона, наличие и единство главной цели, которая достигается системой конкурентоспособности региона; взаимодействие с внешней средой.

Необходимо отметить, что конкурентоспособность региона как система является одновременно подсистемой, которая входит составной частью в систему более высокого уровня, а именно социально-экономическую систему региона. Для системного анализа характерно наличие соответствующих элементов системы, объединенных в определенной последовательности, диктуемой структурой проблемы и причинно-следственными связями, и приводят к системному решению по следующей логической цепочке: цели (обеспечение высокого уровня и качества жизни населения региона) → *средства достижения цели* (способности регионов к реализации инновационного подхода к социально-экономического развития) → *необходимые ресурсы* (формируются в региональной социально-экономической системе в виде экономического ресурсного потенциала).

На основе представления конкурентоспособности региона как системы и системного анализа критериев, образующих понятие «конкурентоспособность региона», вытекает следующее определение понятия конкурентоспособности региона. **Конкурентоспособность региона** - это способность обеспечить высокий уровень и качество жизни его населения, соответствующий национальным и мировым стандартам, на основе инновационного подхода к использованию имеющихся к формированию и развитию факторов с опережающей конкурентов скоростью нового ресурсного потенциала, адекватного современной экономике и его эффективной реализации с помощью современных рыночных механизмов для создания устойчивых долгосрочных конкурентных преимуществ во всех сферах деятельности.

Систему определения конкурентоспособности дополняют понятия стратегической и фактической конкурентной позиции региона. Стратегическая конкурентоспособность является способностью

экономического субъекта в условиях конкурентной борьбы и рыночной экономики достигать стратегических целей долгосрочного развития. Фактическая конкурентоспособность - это способность субъекта иметь доступ на рынки сбыта и противостоять иностранным и отечественным конкурентам, качественно и количественно удовлетворять запросы потребителей и инвесторов, при этом обеспечивая реализацию собственных целей и получения прибыли.

Результуирующим показателем формирования и поддержания соответствующего уровня конкурентоспособности в рамках регионов, является величина валового регионального продукта на душу населения. Этот показатель можно определить как общий индикатор региональной конкурентоспособности, по следующей формуле:

$$(ВРП: Н) = (ВРП: ЗН) \cdot (ЗН: РН) \cdot (РП: Н),$$

где ВРП - валовой региональный продукт, Н - населения; ЗН - число занятого населения; РН-работающее население. [2]

Регионы Украины имеют существенные различия по производству ВРП, в диаграмме 1 представлены его показатели по 20-ти регионам.

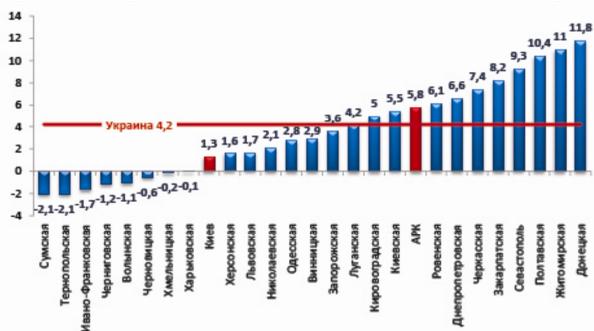


Диаграмма 1. Реальный прирост ВРП по регионам Украины в 2011 год (%) [4].

Общие баллы по индексу конкурентоспособности в разрезе двадцати видбранных регионов Украины, представлены в таблице 2.

Таблица 2. Индекс региональной конкурентоспособности за 2009-2010 гг [3]

Города / области	Показатель индекса региональной конкурентоспособности
г. Киев	4,21
Днепропетровская	4,12

Закарпатская	4,09
Львовская	4,09
АР Крым	4,08
Донецкая	4,06
Харьковская	4,04
Полтавская	3,98
Черкасская	3,96
Хмельницкая	3,96
Запорожская	3,95
Одесская	3,94
Луганская	3,92
Херсонская	3,90
Волинская	3,88
Ровенская	3,87
Ивано-Франковская	3,86
Сумская	3,85
Житомирская	3,84
Винницкая	3,77
Украина (средняя по регионам)	3,97

Ведущее место в рейтинге, как и в предыдущие годы, занимает город Киев, набрав 4,21 балла. В международном рейтинге Киев занял 59-е место наряду с такими странами как Венгрия и Панама. Вслед за Киевом с незначительным отставанием следует Днепропетровская область, набравшая 4, 12 балла. За ними следуют Закарпатская и Львовская области (67-е и 69-е места в глобальном рейтинге) и АР Крым и Донецкая область (72-е и 73-е места). Замыкает условную группу лидеров Харьковская область, набравшая 4,04 балла и занимает 76-е место между Колумбией и Египтом.

Ко второй группе регионов можно отнести области, значение индекса конкурентоспособности которых равно или чуть ниже среднего балла по двадцати областям (3,97) - Полтавская, Черкасская и Хмельницкая области идут одна за другой, занимая восемьдесят седьмой, 88 и 88 места в глобальном индексе конкурентоспособности. Запорожская, Одесская, Луганская и Херсонская области идут плотной группой, набрав от 3,90 до 3, 95 балла. Херсонская область занимает сотое место в международном рейтинге наряду с Ливией и Аргентиной.

В третьей группе представлены шесть областей Украины, которые получили низкие баллы. Волинская, Ровенская, Ивано-Франковска

заняли 102, 103, 104 места рядом с Аргентиной и Гондурасом. Сумская, Житомирская и Винницкая области замыкают региональный рейтинг.

В 2010 году разрыв в международном рейтинге между регионами лучшим и худшим индексом составил 52 позиции. Высокие и низкие значения регионального индекса конкурентоспособности отличается от среднего по выборке на 6,0% и 5,0% соответственно. Что заметно ниже, чем различия в уровне ВРП на душу населения, которые достигают от 35% - 100% (без учета Киева). Отчасти это связано с недооценкой региональных различий, обусловленных использованием национальных данных по ряду показателей при расчете региональных индексов.

Большинство регионов сохранили свои места в рейтинге конкурентоспособности по сравнению с предыдущими годами. Исключением стали три области, существенно изменили свои позиции в рейтинге: Запорожье со второго места переместился на 11-е, АР Крым 14-го на пятое, а Закарпатская область с 150-го на третье.

Таким образом, усиление процессов глобализации и регионализации, становятся объективными причинами возникновения конкуренции между регионами за формирование благоприятных условий для ведения бизнеса и уровня благосостояния населения. Важным индикатором региональной конкурентоспособности на современном этапе является формирование валового регионального продукта (ВРП), динамика которого непосредственно влияет на конкурентоспособность регионов. От результативности использования (реализации) конкурентного потенциала региона зависит его ожидаемая (или достигнуто) конкурентная позиция, есть место (доля) и роль на национальном и мировом рынках. Повышение конкурентоспособности целесообразно рассматривать в контексте эффективного управления определенными (базовыми) конкурентными преимуществами региона, поскольку конкурентоспособность региона является их следствием.

Список литературы:

1. *Безуглая, В. А.* Современные аспекты формирования региональной конкурентоспособности: монография / В. А. Безуглая, Л. П. Шаповал, К. А. Латышев // Кременчуг: Издательство ООО «КРЕМПАК», 2010. - 285 с.
2. *Иванов, Ю. Б.* Конкурентные преимущества предприятия: оценка, формирование и развитие: монография / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, А. Ю. Иванова. - М.: ИД «ИНЖЕК», 2008. - 352 с.
3. [feg.org.ua / docs / Competitiveness_report_2010_ru.pdf](http://feg.org.ua/docs/Competitiveness_report_2010_ru.pdf)
4. <http://www.ukrstat.gov.ua>

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Тищенко Л.В., студент магистратуры

*Сибирский государственный аэрокосмический университет
им. академика М.Ф. Решетнева*

Управление проектами весьма востребовано в российских компаниях, реализация многих из них происходит в соответствии с международными стандартами, а уровень профессионализма отечественных специалистов в этой области значительно вырос.

Под проектом могут пониматься совершенно разные значения, в зависимости от области использования. В отечественной практике понятие проект до недавнего времени использовалось преимущественно в технической сфере. Под «проектом» обычно подразумевалась разработка проектно-строительной документации для создания каких-либо зданий или сооружений. Сам процесс разработки назывался проектированием [1]. В зарубежных странах для обозначения процесса проектирования используется другой термин - designing (дизайн, проектирование здания, разработка изделия). А понятие project (проект) может быть трактовано более широко. [2].

Существует широкий ряд определений понятия «проект». Специалисты по управлению проектами пользуются тем из них, что наиболее подходит к решаемой ими задаче. Так, в стандарте РМВоК под проектом подразумевается система целей, сформулированных в его рамках, создания или модернизации физических объектов, хронологических процессов, технической и организационной документации, а также управленческих решений и мероприятий по исполнению таких целей [4].

Ниже представлена таблица, в которой отображены различные понятия «проекта», а также указаны основные характеристики этих понятий.

Таблица №1

Определение	Источник	Характеристики значимые для формулировки термина
1	2	3
<p>Проект – это временное предприятие, осуществляемое с целью создания уникального продукта или услуги [5].</p>	<p>США, Институт Управления Проектами (PMI) A Guide to the Project Management Body of Knowledge. PMI Standards Committee. 2000 Edition., 2000 – p.4</p>	<p>Данное понятие дает общее представление о проекте, выделяя тот факт, что проект – явление временное и носит уникальный характер.</p>
<p>Проект - это отдельное предприятие с определенными целями, часто включающими требования по времени, стоимости и качеству достигаемых результатов [6].</p>	<p>АРМ – Английская Ассоциация проект-менеджеров (Великобритания)</p>	<p>В данном определении названы три основные составляющие проекта: требования по времени, стоимости, качеству результатов.</p>
<p>Проект - это предприятие (намерение), которое в значительной степени характеризуется неповторимостью условий в их совокупности [7].</p>	<p>Германия, DIN 69901</p>	<p>Здесь выделен лишь один признак проекта, его неповторимость.</p>
<p>Проект - комплекс взаимосвязанных мероприятий, предназначенных для достижения, в течение заданного периода времени и при установленном бюджете, поставленных задач с четко определенными целями [8].</p>	<p>Мировой Банк, «Оперативное руководство» № 2.20</p>	<p>Данное определение совпадает по смыслу с определением АРМ.</p>
<p>Проект – ограниченное по времени, целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, с</p>	<p>М.Л.Пазу . [1,с.52]</p>	<p>Распространенное открытое понятие, содержащее основные характеристики</p>

возможным ограничением расходования средств и ресурсов и со специфической организацией [9].		проекта, но трудно воспринимаемое.
Проект – уникальный процесс, состоящий из набора взаимоувязанных и контролируемых работ с датами начала и окончания и предпринятый, чтобы достичь цели соответствия конкретным требованиям, включая ограничения по времени, затратам и ресурсам [10].	ISO/TR 10006: 1997 (E). Quality Management – Guidelines to quality in project management – p.1	Данное определение совпадает по смыслу с предыдущим определением.
Проект – организационная форма любой бизнес-деятельностью [11].	Румянцева Е.Е. [2, с.12]	Данное определение не раскрывает понятие проекта.
Проект – уникальная совокупность взаимосвязанных действий с определенными датами начала и окончания, предназначенных для успешного достижения общей цели [12].	AIPM – Australian Institute for Project Management	В этом определении упущен факт, что результат проекта должен быть уникальным, а не только совокупность действий. И напротив, действия и их совокупность могут повторяться из проекта в проект, а вот результат может быть различным, все зависит от объекта, над которым работают.
Проект – уникальная совокупность скоординированных действий с определенными точками начала и окончания, предпринятая индивидуумом или организацией для достижения определенных целей с установленными сроками, затратами и параметрами выполнения [13].	British Standard BS 6079-1:2000	В этом определении, как и в предыдущем, упущен факт, что результат проекта должен быть уникальным.

Наиболее полным, одновременно, наиболее ёмким определением проекта является определение, данное Институтом Управления Проектами (PMI). Оно раскрывает проект, как предприятие, ограниченное временем. Однако стоит добавить, что проекты обычно ограничены не только временем, но и ресурсами для создания уникального результата. Особенно, данный факт очевиден, когда речь идет о строительстве. Не существует компании, которая имела бы безграничные ресурсы. У всех есть свой предел, а он уже зависит от значимости проекта для организации, ее свободных средств или средств, которые она может привлечь со стороны.

Применение технологий управления проектами, это очевидный путь к сокращению затрат, повышению эффективности использования инвестиций и повышению конкурентоспособности проекта. Особенно это важно, когда речь идет о такой сложной отрасли, как строительство. Помимо того, что строительный проект позволяет определить, какие ресурсы и в каком количестве необходимы на каждом этапе, он также дает возможность рационально использовать каждую минуту проекта, повышать управляемость проекта, а также увеличивать гибкость и эффективное реагирование на изменения.

Любой проект содержит следующие этапы:

1. Инициация.
2. Планирование.
3. Исполнение.
4. Контроль.
5. Завершение.

Данные этапы характерны и для строительства. В состав выполняемых работ по управлению строительным проектом входят:

- Первичный анализ текущего состояния.
- Составление плана-графика и бюджета строительства.
- Оформление исходно-разрешительной документации.
- Подбор всех кандидатур и участников проекта.
- Проектирование и строительство.
- Оснащение объекта.
- Сдача в эксплуатацию.

Любому строительству должен предшествовать проект. Экономия на стройке начинается с хорошего проекта. Строительство без проекта – это деятельность с неопределенным результатом. Использование инструментов управления проектом перед началом строительных работ страхует как застройщика от многих

неприятностей, например, от увеличения стоимости и сроков строительства в связи с не предусмотренными по невнимательности обстоятельствами. Кроме того, проект любого здания необходим для получения разрешения на строительство, а также для регистрации данного здания и ввода его в эксплуатацию. Таким образом, проект в сфере строительства должен сочетать в себе как техническую сторону этого понятия, так и управленческую. Строительный проект – совокупность мероприятий по созданию уникального продукта в виде строительства, реконструкции, модернизации промышленного объекта или объекта гражданского строительства, включающая в себя проектирование, строительство, пусконаладку, подготовку к вводу в эксплуатацию и др., ограниченный временными, человеческими и материальными ресурсами. Тот факт, что в итоге проект носит уникальный характер является основополагающим, даже если речь идет о серийном строительстве жилых домов. Проект каждого нового дома будет может отличаться от проекта предыдущего не дизайном дома, а условиями при которых он будет возведен.

Проанализировав определения проекта зарубежных и отечественных авторов, можно сделать следующие выводы. Большинство авторов согласно, что проект носит уникальный характер и имеет ряд ограничений. Некоторые определения упускают важные моменты проекта, такие как ограниченность в ресурсах. Другие определения наоборот слишком нагромождены деталями и не дают ясного представления, что такое проект и чем он отличается от обычной работы. Поэтому наиболее удачным понятием проекта является понятие, данное Институтом управления проектами (США). Однако при обозначении строительного проекта следует помнить о специфике строительной отрасли, которая непосредственно влияет на формулировку определения строительного проекта.

Список литературы:

1. *Васильев, В. М.* Управление строительными инвестиционными проектами / В. М. Васильев, Ю. П. Панибратов. - М.: АСВ, 1997 – 310 с.
2. *Дикман, Л. Г.* Организация строительства в США / Л. Г. Дикман, Д. Л. Дикман. - М.: Издательство Ассоциации строительных вузов, 2004. – 367с.
3. *Авраменко, А.* Проблемы комплектования команд в строительстве, или ЕПСМ-подход в управлении / А. Аврамов, И. Клюев // Кадровик.ру. 2010. - №10. – с. 1-5.

4. Институт управления проектами [Электронный ресурс]. 2008. – Режим доступа: <http://www.adventure-world.ru/>, свободный. – Яз. рус.
5. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. PMI Standards Committee. 2000 Edition, 2000. - p. 4.
6. АРМ – Английская Ассоциация проект-менеджеров [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.apm.org.uk>, свободный. – Яз. рус.
7. DIN 69901 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://e-college.ru/>, свободный. – Яз. рус.
8. Мировой Банк, «Оперативное руководство» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://e-college.ru/>, свободный. – Яз. рус.
9. Разу М.Л. Управление проектом. Основы проектного управления / М.Л. Разу. – М.: Кнорус, 2006. - 768.
10. ISO/TR 10006: 1997 (E). Quality Management – Guidelines to quality in project management – p.1.
11. Твой проект. [Электронный ресурс] / Румянцева Е.Е. Режим доступа: <http://www.poalfa.ru/>, свободный. – Яз. рус.
12. Australian Institute for Project Management. National Competence Standard for Project Management - Guidelines 1996. - p. 18.
13. British Standard BS 6079-1:2000. Project management - Part 1: Guide to Project management - p. 2.

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ткаченко Ю.А., канд. экон. наук, доц.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

В России в декабре 2011 года был принят федеральный закон «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ. Нововведением в этом законе отмечается обязанность организации внутреннего контроля на предприятиях. Статья 19 данного закона регулирует место внутреннего контроля в функционировании предприятия, а именно. Экономический субъект обязан организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни. Экономический субъект, бухгалтерская (финансовая) отчетность которого подлежит обязательному аудиту, обязан организовать и осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности (за исключением случаев, когда его руководитель принял обязанность ведения бухгалтерского учета на себя) [1]. Ранее, обязательность организации внутреннего контроля не упоминалась в нормативных актах такого уровня, за исключением аудиторских стандартов.

В настоящее время, основная задача системы внутреннего контроля состоит в обеспечении наблюдения и проверки функционирования любого объекта внутреннего контроля на предмет соответствия его деятельности законам, стандартам, планам, нормам, правилам, приказам, принимаемым управленческим решениям. Вопрос о том, как организовать внутренний контроль на предприятии волнует тех руководителей, которые используют современные методы повышения эффективности производства и экономической безопасности. Это необходимая составляющая системы менеджмента, ориентированная на создание устойчивого положения предприятия на рынке, его признания субъектами рынка и общественностью. Внутренний контроль способствует оперативной адаптации систем производства и управления предприятия к динамично изменяющейся внешней ситуации на рынке.

Структура, состав, штатная численность системы внутреннего контроля не являются строго заданным. Отсюда следует вывод о том, что именно собственник или менеджмент предприятия должны определить макет будущей системы, который станет основой для ее проектирования. Очень важным является решение о месте внутреннего

контроля в структуре предприятия. В большинстве случаев, рекомендуется службам экономической безопасности и охраны поручить функции, в которые входят оперативный внутренний контроль, расследование отдельных нарушений, оперативная защита бизнеса. На сегодняшний день внутренний контроль осуществляется на практике внутренними аудиторами и внутренними контролерами. При этом внутренние аудиторы работают в секторе внутреннего аудита предприятий и выполняют исключительно контрольные и консультационные функции. Внутренние контролеры участвуют в проверках в соответствии со своими функциональными обязанностями, наряду с выполнением иных управленческих функций. Совместно внутренние аудиторы и внутренние контролеры обеспечивают работу системы внутреннего контроля предприятий.

Еще один способ организации внутреннего контроля предприятий – это аутсорсинг и ко-сорсинг. Под аутсорсингом понимается полная передача функций внутреннего контроля в рамках хозяйствующего субъекта специализированной компании или внешнему консультанту. Он эффективен и применим для небольших компаний, которые не могут содержать на постоянной основе соответствующие подразделения. Ко-сорсинг заключается в том, чтобы создать на предприятии систему внутреннего контроля, но в некоторых случаях привлечь экспертов специализированной компании или внешнего консультанта. Ко-сорсинг позволяет обеспечить качественное решение задачи при рациональных затратах. Потенциальные преимущества использования аутсорсинга и ко-сорсинга заключаются в следующем: возможность использовать услуги экспертов в различных областях, гибкость в вопросах их привлечения, а также доступ к передовым технологиям и методикам проведения проверок и оказания консультационных услуг. Основным недостатком аутсорсинга и ко-сорсинга является то, что стороннему по отношению к хозяйствующему субъекту человеку очень трудно почувствовать его изнутри. Специалисты хозяйствующего субъекта всегда будут относиться к нему как к чужаку, с опаской.

Как показывает международная практика, наличие эффективно организованной системы внутреннего контроля создает условия для успешного развития бизнеса, а именно: возможность на выгодных условиях привлекать инвестиции путем повышения качества финансовой (бухгалтерской) отчетности хозяйствующего субъекта, так же возможность эффективно управлять использованием материальных и трудовых ресурсов хозяйствующего субъекта и проводить эффективную ценовую политику.

Проведенные исследования по направлениям развития внутреннего контроля в перспективе среди собственников и менеджеров показали следующие результаты. Так от сотрудников сектора внутреннего контроля ожидают в 5-ти летней перспективе высокой степени компетентности в следующих областях их профессиональной деятельности:

1. сбор и анализ информации – 89% респондентов;
2. оценка рисков предпринимательской деятельности – 76% респондентов;
3. оценка соответствия применяемых информационных технологий нуждам хозяйствующего субъекта – 72% респондентов;
4. управление рисками -70% респондентов;
5. выявление и расследование случаев мошенничества – 69% респондентов;
6. проверки состояния информационной безопасности – 64% респондентов;
7. проведение экономического анализа – 57% респондентов;
8. управление проектами – 53% респондентов.

По данным исследования, проведенного международной аудиторской компанией «Эрнст энд Янг» 75% собственников готовы в ближайшей перспективе инвестировать средства в формирование системы внутреннего контроля, поскольку убедились в ее эффективности для успешного ведения бизнеса.

Все вышеизложенное свидетельствует о наличии в российской экономике организационных условий и экономических факторов, стимулирующих развитие внутреннего контроля.

Система внутреннего контроля должна подчиняться непосредственно совету директоров. Такого рода структура лучше контролируется, а законодательные ограничения для построения внутреннего контроля непубличной компании отсутствуют. Внедрение внутреннего контроля неизбежно потребует доработки всей системы управления, т.к. она также является ее частью.

В заключение отметим, что внутренний контроль - это инструмент, призванный содействовать повышению эффективности и достижению поставленных целей бизнеса, предотвращению возможных убытков и потерь. В российской экономике имеются организационные условия и действуют экономические факторы, стимулирующие развитие внутреннего контроля. Темпы развития на российских предприятиях системы внутреннего контроля, будут во многом определяться формированием правового и нормативного поля функционирования,

которое зависит от создания эффективных механизмов экономической безопасности предприятия и их взаимодействия с законодательными и исполнительными федеральными органами государственной власти.

Список литературы:

1. Закон РФ «О бухгалтерском учете» №402-ФЗ от 6 декабря 2011 // СПС «Консультант Плюс»
2. <http://www.bisec.ru>
3. <http://www.curatorspb.ru>

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ И НАПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Толстова Е.В., аспирант

*Белгородский государственный технологический
университет им В.Г.Шухова*

В настоящее время в России активно создаются условия для построения высокотехнологичной, инновационной экономики. Принята концепция долгосрочного социально-экономического развития, ставящая перед страной задачу совершения технологического прорыва в ближайшие 10-15 лет. В основе концепции – эффективное использование благоприятной экономической конъюнктуры и выход за короткий период на один уровень с развитыми европейскими странами по душевому ВВП. Решение этой задачи предполагает наличие стратегии модернизации национальной экономики, способной вывести страну из «ловушки технологической отсталости» и сформировать эффективную инновационную систему. Однако вопрос о выборе методологической опоры для выработки подобной стратегии является предметом дискуссий в российском экспертном сообществе. Часть специалистов предлагает использовать методы и инструменты стимулирования экономического роста, то есть делает упор на интенсификацию вложений в секторы и отрасли, обладающие высокой конкурентоспособностью, а накопленные в них доходы – направлять на обеспечение технологической модернизации основной массы обрабатывающих отраслей. Их оппоненты предлагают провести институциональные реформы с целью создания эффективных рыночных институтов, способствующих быстрому экономическому росту.

Признавая значимость и необходимость проведения модернизации российской экономики, вместе с тем, следует четко представлять, каковы возможности ее практической реализации, ее основные субъекты, движущие силы. Речь идет о выделении тех хозяйствующих субъектов, которые станут платформой модернизации, и на базе которых будут разработаны и созданы передовые технологии, которые в дальнейшем станут основой технологического развития предприятий и организаций различных отраслей и сфер деятельности. Модернизация экономики является комплексным процессом, охватывающим как технологические, так и организационные преобразования. При этом ключевым направлением для российской экономики является технологическое развитие, так как современная модернизация – это не

столько наращивание объемов производства, сколько создание и развитие высокотехнологичного производства. Такой вывод обусловлен тем, что в настоящее время, когда большая часть активов предприятий, оставшихся в наследство от Советского Союза, постепенно, но с каждым годом все быстрее и быстрее, приходит в негодность, обостряя проблему технологического переоснащения предприятий.

Суть стратегии модернизации — в создании силами широких общественных коалиций механизмов, которые обеспечат инновационное развитие на базе использования конкурентных преимуществ страны. Для этого необходимо формирование институциональной среды, благоприятной для развития бизнеса и некоммерческих организаций за счет формулирования правил, которые нацеливают на производительную деятельность по созданию общественного богатства, а не на его перераспределение. Государство должно сосредоточить усилия на опережающем развитии производственно-финансовой, научно-образовательной, информационной, транспортной и социальной инфраструктуры, обеспечивающей максимально полное использование как ресурсных и территориальных преимуществ, так и творческого потенциала граждан. Из имеющихся на сегодняшний день альтернатив только стратегия модернизации позволяет в полной мере развивать и реализовывать творческий потенциал населения страны и обеспечивать освоение территории, отвечающее современным стандартам качества жизни. Только модернизация способна гарантировать достижение стратегических целей развития страны при сохранении критических параметров функционирования социально-экономической и политической системы.

Обеспечение этих условий в рамках стратегии модернизации опирается на комплексную институциональную трансформацию государства, экономики и общества. Она сопровождается направлением государственных средств на институциональные и структурные преобразования, а частных — на развитие бизнеса в улучшающихся условиях хозяйствования. Новая роль государства в экономических и общественных процессах заключается в обеспечении верховенства законов, понимаемых и принимаемых всем обществом. Для этого необходимы: равноправный диалог государства, общества и бизнеса по ключевым вопросам общественного развития, результаты которого ложились бы в основу принимаемых нормативных решений; приоритет защиты прав собственности перед задачами непосредственного регулирования экономических процессов и сиюминутными

соображениями экономической и политической целесообразности; повышение качества предоставляемых государством услуг посредством снижения коррупции и административных барьеров, проведения административной реформы и реформы государственной гражданской службы, укрепления независимости, беспристрастности и профессионализма судебной системы. Движение по этому пути обещает достижение стратегических целей развития страны и лидерство в глобальном масштабе. Однако для этого необходимы значительные усилия по формированию и поддержанию общественных коалиций, заинтересованных в преобразованиях

Вместе с тем, заслуживает серьезного внимания самостоятельная гипотеза о возможности успешной реализации стратегии модернизации только при условии проведения широкомасштабного перевооружения отраслей экономики на основе сочетания процессов технологических заимствований с индикативным (стратегическим) планированием [6]

Действительно, анализ современного состояния научно-технического потенциала страны свидетельствует о недостаточности его возможностей для перспективного инновационного развития экономики в целом: доля инновационной в общей продукции российской промышленности составляет около 6%, а доля страны на мировом рынке высокотехнологичной продукции составляет менее 1%. Поэтому первоочередной задачей российской экономики на пути построения национальной инновационной системы является достижение технико-технологического уровня развитых стран, подразумевающее реализацию стратегии догоняющего развития. В этих условиях технологические заимствования в большей степени способствуют модернизации экономики, чем «чистая» инновационная деятельность (создание принципиально нового, кардинально изменяющего характер процессов и преобразующего состояние системы). Значение заимствований по сравнению с инновациями тем больше, чем дальше экономика от передовой «технологической границы», и наоборот, чем выше уровень развития страны, тем в большей мере для высокотехнологичного развития необходимы собственные исследования [1, 5].

Важнейшим инструментом догоняющего развития является система индикативного (стратегического) планирования, которая представляет собой механизм регулярного взаимодействия государства, бизнеса, науки, профсоюзов и потребителей, способствующий координации усилий в осуществлении широкомасштабного перевооружения отраслей на основе массового заимствования и

освоения технологий, а также укреплению взаимного доверия и достижению консенсуса. Использование индикативного планирования – характерная черта экономик, которым за последние 60 лет удалось из развивающихся стать развитыми. В их числе восточноазиатские «тигры» и многие европейские страны

деятельности, эффективно обеспечивающих привлечение и целевое использование инвестируемых средств.

Очевидно, что российской экономике необходима коренная модернизация, однако использование индикативного планирования с ориентацией на заимствование технологий во всех отраслях одновременно не способна привести к успеху. Необходимо выявить те секторы, которые способны предъявить спрос на высокие технологии и, тем самым, интенсифицировать «чистую» инновационную деятельность в экономике в целом. Эти секторы, как правило, оказывают мультипликативный эффект на смежные, сопутствующие отрасли, с которыми завязаны тесные производственные и технологические связи, увеличивая спрос на производимую в них продукцию и направляя их на активизацию инновационной политики. Иначе говоря, чтобы поднять цепь не обязательно хвататься за все звенья одновременно.

Одним из ключевых секторов российской экономики, обладающим высокой конкурентоспособностью и научно-техническим потенциалом, является топливно-энергетический комплекс. В современных условиях усиливается его воздействие на множество сопряженных отраслей, в том числе путем увеличения спроса на сложную наукоемкую продукцию. При своевременном и эффективном государственном участии эта тенденция способна активизировать конкуренцию между предприятиями обрабатывающей промышленности, а также стимулировать их как к технологическим заимствованиям, так и к разработкам и внедрению новых технологий на основе собственных НИОКР

Сегодня российский ТЭК обладает значительным финансовым, ресурсным и научно-техническим потенциалами, а также всеми необходимыми условиями для ускоренной и устойчивой инновационной эволюции. Именно ТЭК способен эффективно воспринимать технологические заимствования, соединить ресурсы и новые технологии, а также содействовать инновационной модернизации основной массы перерабатывающих и обрабатывающих отраслей экономики.

В то же время, отрасли перерабатывающей промышленности развиваются в соответствии с краткосрочными текущими интересами

частных компаний, они не ориентированы на решение долгосрочных экономических задач страны. Предприятия оснащены устаревшей материально-технической базой и не имеют стимулов к проведению масштабного обновления производственного аппарата и наращиванию мощностей. При этом недоиспользуется такой значимый ресурс технико-технологического перевооружения, как закупка патентов, лицензий на инновационные технологии за рубежом или совместное производство продукции с высокой добавленной стоимостью с зарубежными компаниями. В результате углубляется сырьевая специализация экономики, а в структуре экспорта сохраняется низкая доля высокотехнологичной продукции.

Вместе с тем, российская энергетика стоит на пороге глобальных преобразований, вызванных истощением запасов легкодоступных ресурсов и необходимостью их глубокой переработки. Поэтому в ближайшие годы необходимо провести инновационную модернизацию ресурсоперерабатывающих комплексов и вводить новые мощности на основе заимствований и освоения уже готовых технологий. При этом для осуществления широкомасштабных технологических заимствований необходимо при поддержке государства создавать партнерские отношения между наукой и отраслевыми ассоциациями бизнеса.

Чтобы модернизировать экономику, государственная программа ее осуществления должна существовать не только в форме концептуальных намерений. Она должна быть построена на современных принципах стратегического и проектного управления и известна всем участникам рынка, включая население. Тогда менеджеры предприятий будут представлять себе, каким должен быть их вклад в реализацию программы модернизации, банки будут соответствующим образом формировать свою ресурсную базу и развивать инструменты финансовой поддержки модернизации, а государство – создавать соответствующие условия, законодательную базу и управлять реализацией программы и ее ресурсным обеспечением.

Таким образом, для выхода экономики из «ловушки недоразвития» необходима система согласованных стратегических планов догоняющего развития, в основе которых – задача технологического заимствования. Такая стратегия позволит более полно использовать отечественный ресурсный и научно-технический потенциал за счет поддержки длинных технологических цепочек, связывающих добывающие и перерабатывающие отрасли, а также обеспечить их эффективное обслуживание комплексом обрабатывающих отраслей.

Такой подход предполагает смещение приоритетов от добычи ресурсов к их глубокой переработке с насыщением перерабатывающих и обрабатывающих отраслей новыми технологиями.

Создание такой системы станет начальным этапом при реализации стратегии догоняющего развития в России и построения национальной инновационной системы. В дальнейшем, по мере решения задачи заимствования технологий эффективность стратегического планирования неизбежно уменьшится: в инновационной экономике возрастает роль свободного поиска и соответственно рынка. Через 15-20 лет оно постепенно трансформируется в систему координации инновационной деятельности и социальной политики.

Для того чтобы модернизировать нашу страну и решить накопившиеся социальные проблемы, предстоит серьезно потрудиться над совершенствованием механизмов экономического регулирования. Результаты этого труда во многом определяют перспективы развития российского государства и его конкурентоспособность в мире.

Список литературы:

1. *Дементьев, В. Е.* О характере российской «догоняющей модернизации» и ее институциональном обеспечении // Российский экономический журнал. – 2011. – № 2. – С. 21-29.
2. *Зарнадзе, А. А.* Методологические проблемы управления научно-техническим развитием производств в отраслях ТЭК / А. А. Зарнадзе, Д. В. Цагарели // – М.: ЦНИИТЭнефтехим, 2008. – 107 с.
3. *Ивантер В. В.* Перспективы и условия инновационно-технологического развития экономики России / В. В. Ивантер, Н. И. Комков // Проблемы прогнозирования. – 2011. – №3. – С. 3-20.
4. *Калинин, А. А.* Возможные направления совершенствования переработки нефти в России / А. А. Калинин, А. А. Калинин // Проблемы прогнозирования. – 2010. – №9. – С. 73-91.
5. *Полтерович, В.* Эволюционная теория экономической политики. Ч. I: Опыт быстрого развития / В. Полтерович, В. Попов // Вопросы экономики. – 2011. – №7. – С. 4-23; Ч. II: Необходимость своевременного переключения // Вопросы экономики. – 2010. – №8. – С. 46-64.
6. *Полтерович, В. М.* О стратегии догоняющего развития для России // Экономическая наука современной России. – 2010. – №4. – С. 17-23.
7. *Полтерович, В. М.* Стратегии модернизации, институты и коалиции // Вопросы экономики. – 2010. – №6. – С. 4-24.
8. *Райсберг, Б.* Государственное управление инновационными процессами / Б. Райсберг, Н. Морозов // Экономист. – 2010. – №1. – С. 35-38.
9. *Цветков, В. А.* Роль государства в стимулировании инновационного развития / В. А. Цветков // Промышленная политика в Российской Федерации. – 2009. – №10. – С. 71-76.

К ВОПРОСУ РАЗВИТИЯ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ РИСКАМИ НА МОРСКОМ ТРАНСПОРТЕ

Тыртышный Н.Н., соискатель

*Ростовский государственный
экономический университет «РИНХ»*

В последние десятилетия в нашем государстве получило распространение новое научное направление – логистика, хотя она является, несомненно, одной из старейших сфер в области товародвижения, баланса спроса и предложения, оптимизирующая затраты участников товарно-денежных отношений, расположенных на удалении друг от друга. На протяжении веков, базируясь на практических навыках, в настоящее время логистика стала наукой, требующей постоянных исследований и изысканий в целях использования передового опыта в своей области знаний и, конечно, в сфере методологии и ее инструментов.

Логистика играет все более важную роль в обществе, выходит далеко за рамки простого производства и потребления, что обеспечивает улучшение работы транспорта и перевозочного процесса с целью избежания транспортных проблем, позволяя эффективно развиваться всем регионам государства.

Востребованность в новых научных подходах и практических методах логистики совпало с началом перехода России к рыночным отношениям. Как показывает зарубежный опыт потребность в конкретном теоретическом аппарате и практической инструментари логистического менеджмента зависит от ряда условий, сложившихся на определенном историческом отрезке времени.

Эволюция новых научных направлений, таких как логистика, характеризуется неравномерностью. До последнего времени главным аспектом изучения теории логистики были ее терминология и понятийный аппарат (концепции, принципы, парадигмы, цели и задачи, определения и т. п.). Однако вторая, и не менее важная часть теории логистики — методология — в настоящее время представляет собой скорее набор отдельных моделей (методов, алгоритмов), практически не систематизированных и недостаточно подробно изученных. Парадокс состоит в том, что мы говорим об интегрированной логистике, при этом не имея ни одной пространственно-временной модели, описывающей поведение материального потока в динамике и охватывающей несколько звеньев логистической системы или цепи. Поэтому наиболее

актуальной проблемой на современном этапе развития является формирование методологии управления логистическими бизнес-процессами.[1]

В мировой системе экономических отношений все более важное место занимает транспорт, являющийся движущей силой глобализации. Производство и поставка товаров в быстроменяющейся рыночной среде требует принятия оптимальных транспортных решений. В межконтинентальной торговле доминирующее место занимает морской транспорт, обеспечивающий около 80% объема перевозок и показывающий оптимальные экономические результаты. Однако его деятельность ограничивается морским побережьем и соответственно всегда требует согласованности с другими видами транспорта как до, так и после доставки морем. Современные логистические цепи должны охватывать планирование потребностей, управление качеством поставок и контроль за ними, а также их анализ и принятие решений с учетом приемлемого риска.

Логистические компании должны оперативно реагировать на все отрицательные факторы и риски при перевозке грузов морем, изучать и понимать их источники, механизмы и структуру, процессы, влияющие на их возникновение для принятия эффективных управленческих решений, а анализируя их – разрабатывать сценарий вероятности их возникновения и принятия превентивных мер. При этом необходимо отметить, что в каждой функциональной схеме бизнеса есть собственный «набор» специфических рисков. Но в морских логистических системах, кроме традиционных рисков возникают особые логистические виды рисков, характерные только данному виду деятельности, имеющие специфические черты и признаки. Для их выявления необходимо:

- определение уязвимости и устойчивости глобальной системы доставки грузов (товаров), так как морской транспорт участвует в международной (межконтинентальной) системе торговли. Это является наиболее важным, так как глобальные системы доставки являются наиболее уязвимыми в контексте судоходства;

- изучение и конкретизация таксономии рисков и уязвимости морской логистики, в том числе структурирование представлений и понимание источников и процессов, влияющих на классификацию уязвимости и рисков, создание категорийного аппарата и таксономии в контексте управления рисками при перевозке грузов морем. Важное значение в таксономии имеет понятийный аппарат. Так, в современных условиях требует уточнения определение логистического понятия

«уязвимость» в контексте соотношения к понятию «риск», на которое в значительной мере оказывает влияние понятийный аппарат Закона РФ 16-ФЗ 2007г. «О транспортной безопасности», касающийся (ст.1) уязвимости объектов инфраструктуры и транспортных сред.[2]

Уязвимость транспортной системы можно определить, как ее способность функционировать при возникновении (воздействии) нежелательных событий и возможности устойчиво возобновить свою деятельность (операции) после прекращения негативных событий. Уязвимость логистической цепи можно определить как свойство логистической цепи и ее инфраструктуры, включая правовые, человеческие, информационные ресурсы и иные факторы, которые могут усложнить, ослабить или ограничить ее возможность противостоять как внешним, так и внутренним случайным и постоянным угрозам;

- правовое отображение логистических рисков в цепях поставок с участием морского транспорта, так как договор или закон может выступать в качестве механизма стимулирования эффективного функционирования всех звеньев логистической цепи, объединить их в одно целое, способным задавать стимулы для взаимопонимания;

- планирование работы флота и портов в условиях неопределенности, так как в реальных ситуациях неопределенность (как стохастическая, так и динамическая) является предопределяющей составляющей в деятельности судоходной компании вплоть до выполнения рейсового задания. Цель этой задачи будет состоять в видении неопределенности при оптимизации, планировании логистических цепей при перевозке грузов морем;

- выделение уязвимости в сфере морской логистики, ее компонентов, в том числе своевременное реагирование на возникшие угрозы, что будет способствовать устойчивости логистической системы доставки грузов морским транспортом;

- анализ возможных уязвимостей и логистических рисков, что позволит осуществить разработку методов и инструментов для их определения и, как следствие, развития сценария неблагоприятных последствий с количественным и качественным анализом могущих возникнуть отрицательных воздействий и смягчения их последствий.

Основной методический подход в исследовании уязвимости и управления логистическими рисками, влияющими на устойчивость логистической системы доставки грузов морем должен касаться общего процесса логистизации. В центре внимания исследования уязвимости должен быть анализ краткосрочного и долгосрочного

функционирования логистической системы, ее миссии, влияющей на устойчивость системы. Это предполагает более широкий спектр и набор угроз и последствий, чем анализ конкретных рисков, который позволяет адекватно реагировать на отрицательные воздействия и смягчать их, позволяя стабилизировать функционирование системы в пространстве и времени до того как система полностью восстановится. Одной из первичных задач в этой сфере является подготовка и повышение квалификации управляющего персонала. Все вышеперечисленные меры должны быть направлены на создание надежных и эффективных логистических систем, которые будут в состоянии справляться со всеми нарушениями в ее работе в кратчайший срок с минимальными затратами. При этом не должно страдать качество оказываемых услуг. Для эффективного решения этих задач целесообразен междисциплинарный подход, позволяющий создать общую платформу исследования (в том числе таких дисциплин как эксплуатация морского флота, морское право, транспортная логистика, транспортная безопасность и т.д.). В дальнейшем на этой платформе и будет необходимо осуществлять обмен знаниями по исследуемой проблеме.

Список литературы:

1. Модели и методы теории логистики: Учеб. пособ.-2 изд./Под ред. Лукинскогo В.С. – Спб.: Питер, 2008. – С. 6.
2. Федеральный закон от 09.02.2007 N16-ФЗ (ред. от 18.07.2011) «О транспортной безопасности» //Российская газета. 2007. 14 февраля.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Уварова Н.А., ассистент,
Садыков Ы.Ё. (Туркменистан), студент
*Харьковский национальный автомобильно-
дорожный университет*

Вступление. В современных условиях в Украине происходит усиление конкуренции, вследствие чего руководители предприятий находятся в постоянном поиске новых (адекватных условиям конкуренции) инструментов управления предприятиями и рычагов повышения его конкурентоспособности.

По мере ускорения процесса приватизации, выражающегося в увеличении доли частного сектора, эффективность конкурентного рыночного механизма повышается. В самом общем виде рыночный механизм можно определить как механизм адаптации предприятий к рыночным условиям хозяйствования, а производимые ими товары (предложения) - к требованиям потребителей (спросу). Главной движущей силой рыночной экономики является конкуренция товаропроизводителей. Рыночная конкуренция определяется как система отношений между самостоятельными хозяйствующими субъектами рынка - предприятиями, выпускающими товары (услуги).

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы особенностей современного рынка под влиянием процессов глобализации нашли отражение в ряде публикаций отечественной и зарубежной экономической литературы.

На роль технологического отрыва от конкурентов как на фактор конкурентных преимуществ обращает внимание в Г. Волинский [1], Гальчинский И., Яровая К., Н. Абрамян [2]. Вместе с тем, не все аспекты влияния новых факторов современного рынка на конкурентоспособность предприятия нашли достаточно полное отражение в имеющихся публикациях.

Целью статьи является определение особенностей современного рынка и путей повышения конкурентоспособности предприятия, функционирующего в этих условиях.

Изложение основного материала. Конечная цель адаптации предприятия - победа в конкурентной борьбе за потребителя, за рынки сбыта как закономерный итог его интегрированных усилий по

реализации организационно-экономической системы адаптации. "Конкуренция" в переводе с латыни означает столкновение в результате каких-либо действий. Ее определяют как экономическое соперничество, состязание в борьбе за потребителя. Конкуренция - это форма взаимного соперничества хозяйствующих субъектов рынка. Предметом конкуренции являются товары (услуги), а объектом - потребители и покупатели. Разделение "предмета" и "объекта" конкуренции, по мнению В.Л.Лунева, указывает на две сферы воздействия в конкурентной борьбе: товар (предмет) и потребитель (объект). Следовательно, различны как методы конкурентной борьбы, так и способы оценки уровня конкуренции [3]. Отношение конкурентов друг к другу характеризует двойственность: это и постоянное соперничество на рынках сбыта, и необходимость конкуренции как основы развития экономики и демократии общества в значительной степени перекрывающие ниши. Конкурентоспособность характеризует степень соответствия отдельного класса объектов определенным рыночным потребностям: предложение (товар) - спросу, предприятие - возможности обеспечить конкурентные преимущества, страна - экономической и социальной модели.

В течение первых тридцати лет XX в. ситуация в обществе складывалась таким образом, что предприятиям удавалось достичь успеха, а значит, и обеспечить свою конкурентоспособность с минимальными издержками. Дифференциации товарного ассортимента не существовало, а секрет успеха заключался в умении произвести продукцию с наименьшими затратами. Критериями оценки эффективности производства в это время были в основном показатели соотношения доходов и расходов.

Однако с течением времени, с внедрением новых технологий, ускорением насыщения спроса, интернационализацией и ростом конкуренции и усилением государственного регулирования в промышленных отраслях первого поколения: сталелитейной, станкостроении и производстве сельскохозяйственной техники — отдельные оперативные способы и методы управления уже не приводили к увеличению объема продаж и повышению конкурентоспособности предприятий. Снижение накладных расходов, сокращение персонала, увеличение производительности и объединение операций не могли остановить падение прибыли. Критериями оценки производственной деятельности к 1950 г. стали уже не только традиционные показатели соотношения доходов и расходов, но и организационной и управленческой эффективности (грузооборот,

товарооборот, прибыль на вложенный капитал). Так, в 1950—1960 гг. возникла потребность в стратегическом планировании и управлении и в системном подходе к управлению предприятием и бизнесом.

Конкурентоспособность базируется на качестве, скорости принятия решений, техническом преимуществе, обслуживании и дифференциации продукта. Главной детерминантой конкурентоспособности, идет ли речь о национальном секторе или уровне предприятия, является повышение общей продуктивности (производительности). Изменяющаяся природа производства и его организации, так же как и изменения рыночной ситуации, требует новых концепций продуктивности.

Безусловно, что на повышение конкурентоспособности предприятия огромное влияние оказывает сам рынок, т. е. рыночная среда, в которой функционирует предприятие, и его особенности. К таким особенностям можно отнести: глобализацию рынка и наличие всемирной информационной сети (*networked economy* – глобальная электронная среда).

Очевидно, что конкурентоспособность фирмы (предприятия) – это основной фактор национального развития и корпоративного выживания. Конкурентоспособность фирмы на отдельном рынке определяется как способность удовлетворять потребности покупателей лучше, чем соперники [3].

Безусловно, существуют общие методы повышения конкурентоспособности предприятия, однако пути повышения конкурентоспособности конкретной фирмы должны рассматриваться исходя из сферы ее деятельности, вида предприятия, организационной структуры и других факторов.

Основными факторами, которые определяют конкурентоспособность предприятия, являются: стратегия фирмы, наличие материальных, трудовых, финансовых ресурсов, инновационный потенциал, доля рынка, эффективность менеджмента, выпуск конкурентоспособной продукции. Существуют два вида конкурентного преимущества:

1) более низкие затраты – означают способность предприятия разрабатывать, выпускать и продавать похожий товар с наименьшими затратами, чем у конкурентов;

2) дифференциация товаров – это способность обеспечения покупателя большей ценностью в форме нового качества товара, его особенных потребительских свойств или послепродажного

обслуживания, что дает возможность устанавливать более высокие цены [4].

Для повышения конкурентоспособности предприятия необходимо обращать внимание на обдуманное, взвешенное и квалифицированное управление производством с учетом специфических условий переходного периода, а также на разработку и реализацию внешней и внутренней конкурентоспособной политики предприятий.

Выводы. В условиях глубоких структурных изменений международного и национального рынка главная задача предприятия состоит в нахождении своей ниши в жестких условиях конкуренции на мировом рынке. Для этого предприятие, действующее в глобальной экономике, должно учитывать особенности современного рынка.

На первое место в условиях глобальной экономики выходят следующие пути повышения конкурентоспособности предприятия: проведение инновационной политики, которая определяет возможность предприятия конкурировать не только на внутреннем, но и на внешних рынках; наличие квалифицированных трудовых ресурсов, соответствующих требованиям международного рынка труда; гибкая система управления качеством на предприятии; непрерывное совершенствование реализуемой на внутреннем рынке продукции национальных производителей и расширение их деятельности на международном рынке.

Список литературы:

1. *Волынский, Г. О конкурентных преимуществах в условиях глобализации /Г.О.Волынский //Экономика Украины. – 2006. - №12.- С. 68-72.*
2. *Абрамян, Е. Глобализация в современном мире /Е.Абрамян //Международная экономика. – 2007. - №5.- С. 4-12.*
3. *Лунев, В. Л. Тактика и стратегия управления фирмой: Учеб. пособие. - М.: Финпресс, НГАЭ и У. 1997. - 356 с.*
4. *Портер, М. Международная конкуренция: / пер. с англ. /М.Портер – М.: Международные отношения, 1993. – 896с.*

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ СТАБИЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ И УКРАИНЫ

Филонич В. С., канд. экон. наук, доц.
*Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-
экономического университета*

Постановка проблемы. В статье поставлены и рассмотрены актуальные вопросы о роли и историческом месте Человека в различных социально-экономических формациях и его отражение в экономических теориях. Проблема активно исследуется в отечественной и зарубежной науке.

Цель статьи – анализ научного освещения проблемы, определение новых явлений и процессов при переходе от индустриального к постиндустриальному, информационному обществу.

Проблема человека стала в последнее время преобладающей в системе социально-гуманитарных наук. Об этом свидетельствует весьма существенное расширение исследования в области одного из наиболее распространенных направлений экономической науки – институционализма и его современного этапа – неинституционализма.

Одним из известных представителей неинституционализма является Нобелевский лауреат Рональд Коуз (США). Крупными представителями неинституционализма считаются Нобелевский лауреат Дуглас Норт и Оливер Уильянсон (оба – США). Признанным лидером второго этапа институционализма стал американский социолог и экономист Джон Гэлбрейт, автор нового направления «Социальная политическая экономия».

Всемирное признание получили исследования американского социолога и футуролога Элвина Тоффлера, основателя так называемой «Социальной философии». Среди них - «Метаморфозы власти», «Шок будущего», «Третья волна», «Революционное богатство» (авторы - Э. Тоффлер и Х. Тоффлер).

В области классической философии проблема Человека глубоко исследована в капитальной монографии английского философа - марксиста Мориса Корнфорта «Марксизм и личность». В СССР названная проблема разрабатывалась в Институте философии Академии наук и на философских кафедрах ведущих университетов. Так, в монографии советских философов И.Т. Фролова и Б.Г. Юдина «Этика науки» Человек рассматривается как субъект и объект науки. В

постсоветской России проблема активно освещается в научной и периодической литературе, в частности, в журнале «Вопросы философии». В монографии В.Л. Иноземцева «За пределами экономического общества» подробно исследуются дихотомия труда и творчества, объективная и субъективная составляющие предпосылок творчества.

Мировой финансово-экономический кризис продолжается этом свидетельствуют официальные данные международных организаций. Всемирный банк (ВБ) прогнозирует мировую экономическую рецессию, на ближайшие 2-3 года. Бюджет США уже равен государственному долгу страны и составил около 14 трлн. долл. Государственный долг ведущих стран мира непрерывно увеличивается. Всемирный банк предсказывает на ближайшие годы «долговой кризис», который перевернет всю мировую экономику.

Кризис привел к появлению новых гигантских «мыльных пузырей», вызвал ложное псевдопотребительство. Разворачивается системный воспроизводственный кризис мирового капитализма как общественной формации. К этому надо добавить продовольственный, экологический, пресноводный кризисы.

Не случайно в последнее время в экономической науке возник резкий поворот к институциональным, социалистическим, ноосферным подходам и принципам формирования антикризисных моделей.

В условиях мирового финансово-экономического кризиса оптимальной моделью устойчивого, стабильного развития является экономическая интеграция стран, объединенных единой стратегической целью. Классическим примером такого союза является Евразийский Союз в составе России, Белоруссии и Казахстана, образованный в ноябре 2011г. В Москве. В Евразийский Союз вступают Киргизия и Таджикистан. Приглашаются другие страны СНГ, в том числе и Украина.

Украина подписала соглашение о вступлении в Зону свободной торговли СНГ. В перспективе Таможенный Союз, а затем Единое экономическое пространство четырех стран.

По нашему мнению в современных условиях важнейшим фактором социально-экономического прогресса является максимальное использование институциональных факторов и категорий в рамках «неоинституционализма».

Рассмотрим модели человека в различных теориях. Карл Маркс в «Капитале» показывает общественную сущность человека и определяет главными участниками капиталистических производственных отношений капиталиста, получающего прибавочную стоимость, и

экономически зависящего от него наемного рабочего. В маржиналистской теории К. Менгера, У. Джевонса человек представлен как «рациональный максимизатор», рационализирующий потребление, понимаемое как обмен благ. В теории основателя неоклассического направления А. Маршалла экономика характеризуется как наука, изучающая нормальную жизнедеятельность человеческого общества. При этом человек отличается определенным уровнем рациональности. По Дж. Кейнсу, экономический субъект – это человек, обладающий неполной информацией, которому для рационализации ситуации необходима помощь более информированного государства. У Ф. Хайека модель человека – это «истинный индивидуалист», который вносит свой вклад в «общие знания» людей – участников рынка. «Истинный индивидуалист» возникает в результате работы общественных институтов, их самоорганизации, в которой участвует множество людей. По Хайеку, «ложный индивидуалист» является результатом рациональных притязаний, теорий, веры во всемогущество и всезнание человека.

По мнению известного российского экономиста Г. Клейнера, «экономический человек» - это модель неоклассической теории, в которой главным объектом исследования выступает «экономический агент», а предметом исследования являются его действия на рынке. Известно, что неоклассика, и в ней неолиберализм, переживают сейчас серьезный кризис. В то же время набирает силу парадигма «институциональной экономики» как новая ветвь институционализма, основанного Т. Вебленом (США) в конце XIX столетия в «Теории праздного класса». В процессе перехода от капитализма свободной конкуренции к монополистическому капитализму - империализму «экономический агент», т.е. человек, действует не в пространстве «свободного рынка с его невидимой рукой» (по Адаму Смиту), а в объективно сложившейся, гибкой, «диалектической», смешанной экономической системе, наполненной сложным комплексом самых разнообразных институтов - организаций, правил, форматов, традиций. В этой системе усиливается стремление к соответствию экономического агента институциональным нормам и правилам.

Предметом экономической науки становятся отношения агентов институтов. Так возникает новая модель человека. «Человек институциональный». В этом заключается новая философско-социоэкономическая парадигма.

Такой подход соответствует современным тенденциям в геополитической, геоэкономической, геонаучной сферах, особенно с

учетом мирового финансово-экономического кризиса 2008-2009 гг. и его нынешней второй волны.

В последнее время в мировой науке появились теории «самоотрицания капитализма». Среди авторов теории – широко известные в мире социологи и экономисты Д.Бёлл, И.Валлерстайн, П. Друкер, Нобелевский лауреат П. Кругман. При посещении Харьковского классического университета им. В. Каразина в 2005 г. И. Валлерстайн на вопрос «Верите ли Вы в возрождение капитализма как исторической системы?» американский ученый ответил: «Капитализм пытается в настоящее время сделать последний вдох, а не обрести новое дыхание... Я думаю, что мы живем в эпоху перехода в какой-то новой мировой системе... Мы будем жить не в капиталистической мировой экономике, а при каком-то новом порядке, при какой-то новой исторической системе».

С резкой критикой финансово-экономической системы мирового капитализма выступает всемирно известный американский экономист, Нобелевский лауреат Джозеф Стиглиц. Даже активный апологет капитализма, американский финансист Джордж Сорос в последних работах весьма отрицательно характеризует мировую капиталистическую систему. Об этом говорят названия его книг: «Алхимия финансов», «Кризис глобального капитализма», «Мыльный пузырь американского превосходства».

Концепции «самоотрицания капитализма», «декапитализации», «социализации капитализма» особенно ярко проявляются в понятийных определениях, в терминологии новых явлений и процессов. Так, М. Кастельс вводит понятие «информационный капитализм» П. Друкер определяет новое общество как «посткапиталистическое».

Рассматриваемые проблемы активно обсуждаются в постсоветских странах, особенно в России, а в последнее время – в Украине. В сентябре 2011 г. в расширенном заседании Ученого совета Института экономики и прогнозирования НАН Украины состоялось общественное обсуждение цикла научных трудов профессора Киевского классического университета НАН Украины А. А. Чухно «Информационно-инновационная экономика и её становление в Украине» (в 5-ти томах). Ученый совет единогласно поддержал выдвижение цикла научных трудов А. А. Чухно на соискание Государственной премии в области науки и техники за 2011 г. Почти 20 лет автор цикла доказывал, что нельзя ограничивать современную экономику рыночной формой, что вместе с ней происходят постиндустриальные процессы, и только сочетание индустриального

рыночного и информационного (знаниевого) постиндустриального типов развития, традиционных факторов производства с информацией и знанием как новым производственным ресурсом не только преодолевает одностороннее представление о современной экономике и дает его полную картину, но и открывает возможности для развития экономического образования и государственной экономической политики, для определения исторической перспективы и путей её достижения.

И последнее. С большим интересом воспринята статья А. Гальчинского «За пределами капитализма», опубликованная в сентябрьском номере журнала «Экономика Украины» за 2011 г. Статья носит дискуссионный характер и вызовет как положительные, так и отрицательные оценки. Автором определяются принципы историзма капитализма, становления посткапиталистического общества, преодоления его формационных признаков.

Список литературы:

1. *Джозеф Стиглиц*. Ревущие девяностые. Семена развала. Пер с англ. М. 2005. 424с.
2. *Маргарет Тэтчер*. Искусство управления государством. Стратегии для меняющегося мира. Пер с англ. М. 2003. 503с.
3. *Джордж Сорос*. Кризис мирового капитализма. Пер с англ. М. 1999. 261с.
4. *Джордж Сорос*. Мыльный пузырь американского превосходства. Пер с англ. М. 2004. 191с.
5. *Мау В.* Экономика и политика России в 2011 году: глобальный кризис и поиск новой модели роста. // Ж. «Вопросы экономики». 2012. №2. с. 4-26.
6. *Будкин В.* Двадцатилетие СНГ: потенциальные возможности и неоправдавшиеся надежды.// Ж. «Экономика Украины». 2012. №1 с. 4-15.

ПРОБЛЕМА РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ В ПРАКТИКЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Фоминых А.В., аспирант

Марийский государственный технический университет

В российской практике бизнеса управляющие зачастую стремятся максимально удовлетворить свои интересы, применяя различные схемы злоупотребления своим контролем в ущерб интересам акционеров и других заинтересованных лиц. Используя свое положение, менеджеры имеют возможность скрывать или искажать информацию о компании от акционеров, регулирующих органов и общества в целом. В то же время мировой опыт показывает, что инвесторы все больше внимания уделяют качеству корпоративного управления и готовы инвестировать в те компании, уровень раскрытия информации, которых отвечает самым высоким стандартам мировой практики.

Разработанные в 1999 г. Специалистами ОЭСР принципы корпоративного управления представляют собой единые индикаторы состояния корпоративного управления для различных национальных правовых систем. Согласно данным принципам под раскрытием информации и прозрачностью понимается своевременное и точное раскрытие информации по всем существенным вопросам, касающимся компании, включая финансовое положение, результаты деятельности, добросовестность и управление компанией.

Исследование крупнейших американских компаний за период с 1996 по 2001 г, проведенное агентством Standard & Poor's, показало наличие прямой пропорциональной зависимости рыночной стоимости акций компании от качества корпоративного управления, в том числе одной из его крупнейших составляющих - прозрачности бизнеса. Подобные результаты показали исследования банка «Креди Лионе», компанией McKinsey совместно с Global Governance Forum в 2002 г., компанией Ernst & Young в 2005 г., а также исследования американской фирмы Governance Metrics International. Приведенные данные свидетельствуют, что инвестиционная привлекательность определяется уровнем корпоративного управления, важной частью которого является информационная прозрачность. [1]

Говоря о России, стоит отметить, что она также пошла по пути открытости. Ей удалось улучшить свою нормативно-правовую базу посредством доработки закона о компаниях, введения Кодекса корпоративного поведения, нормативных актов ФСФР о проведении

собраний акционеров и обязательствах по раскрытию информации для открытых акционерных обществ. Как показывают исследования проводимые рейтинговым агентством Standard & Poog's, по величине индекса прозрачности российские компании уже приблизились у уровню западных стран [2].

Однако как считают многие эксперты, Россия остается страной с низким уровнем раскрытия информации, значительно проигрывая Западу по информационной открытости [3]. Серьезным тормозом на пути поступательного движения продолжает оставаться недооценка, и даже полное непонимание собственниками и высшим руководством роли корпоративного управления в развитии бизнеса и, как следствие, отсутствие у них стимулов к внедрению передовой практики и игнорирование норм корпоративного законодательства. По данным исследования IFC, свыше 90 процентов российских компаний по-прежнему намеренно скрывают информацию о структурах собственности. В чьих интересах осуществляется управление этими компаниями, остается тайной. При этом формально их отчетность зачастую выглядит вполне прозрачной, отмечают иностранные эксперты. Именно поэтому многие западные инвесторы опасаются вкладывать свои активы в российские предприятия. Большинство менеджеров (62 процента) главными преградами в процессе внедрения в российских компаниях передовых принципов корпоративного управления считают нежелание компаний в необходимом объеме раскрывать корпоративную информацию. [4]

Наиболее прозрачными отраслями представители консалтинговых компаний называют сырьевые отрасли, в которых производятся биржевые товары. А наибольшая концентрация непрозрачных компаний, по их мнению, сосредоточена в торговле. Две трети опрошенных уверены, что уровень корпоративного управления не зависит от сферы деятельности компаний, тем не менее они отмечают, что финансовые и производственные компании наиболее динамично внедряют современные стандарты корпоративного управления [5].

Что же касается оценки достигнутого уровня публичного раскрытия корпоративной информации, здесь мнение менеджеров разделилось: меньшинство (36 процентов) считают его вполне достаточной, тогда как 58 процентов убеждены в обратном. К наименее прозрачным сферам скептики относят структуру собственности компаний. Причем среди очевидных дефектов российского корпоративного права также упоминалось отсутствие необходимости раскрывать конечных бенефициаров акционерных обществ. [6]

По исследованиям проведенным информационным агентством REGNUM: среди информации, которую российские компании раскрывают чаще, консультанты назвали данные операционной деятельности - раскрывают 95% компаний, результаты заседаний советов директоров - 75%, информацию об аффилированных структурах и лицах - 42%. Наименее охотно компании раскрывают информацию об условиях вознаграждения топ-менеджеров - 25%, а также информацию об условиях сделок - 8%. Самым непрозрачным элементом структуры собственности в частных компаниях консультанты считают информацию о бенефициарах, владеющих акциями через посредников [7].

Таким образом, видно, что наибольшую сложность приобретает проблема сокрытия информации об истинных владельцах компании, что приводит к существованию огромного теневого рынка, расширению криминала в бизнесе, оптимизации налогообложения, выводу активов из компании, осуществлению инсайдерских сделок на рынке ценных бумаг, уклонению от соблюдения требований законодательства и так далее.

По мнению экспертов, решению данной проблемы может в значительной мере способствовать переход компаний на МСФО, поскольку для её составления требуется значительно больше информации и расчетов, чем для составления бухгалтерской отчетности согласно действующим правилам [8]. Однако, данная мера может хранить в себе и ряд значительных трудностей, связанных с различием требований в российском бухгалтерском законодательстве и стандартами МСФО. Например, из-за того, что МСФО не содержит формальных критериев, а предлагает использовать профессиональное суждение и сложившуюся ситуацию на рынке, можно предположить, что величина активов по МСФО окажется меньше величины активов, отраженных в бухгалтерской отчетности. Также проблемы могут возникнуть из-за требования МСФО отражать операции исходя из их экономического содержания, а не формы, что также требуется и по российским правилам бухгалтерского учета [9].

В качестве мер по повышению эффективности системы раскрытия информации на рынке корпоративного контроля можно предложить, во-первых, ужесточить требования и обеспечить их выполнение по раскрытию информации о лицах являющихся реальными собственниками – бенефициарами.

Во-вторых, продолжать работу по развитию информационных технологий в сфере сбора, обработки, анализа и публичного раскрытия

информации эмитентами и другими участниками финансового рынка, а также для обеспечения доступа всех заинтересованных лиц к базам данных, содержащим раскрываемую информацию.

В-третьих: дополнить процедуры раскрытия информации об облигациях с ипотечным покрытием требованием к раскрытию информации об активах, за счет которых обеспечивается исполнение обязательств по соответствующим облигациям, распространив в последующем аналогичные требования на иные виды облигаций, эмитируемые в процессе секьюритизации. [10]

В заключение хотелось бы отметить, что не смотря на все трудности связанные с раскрытием информации на рынке корпоративного контроля, России в виду специфичности развития рыночных отношений, ни стоит слепо «слизывать» западную практику решения данных проблем. Решением может стать формирование национальной модели корпоративного управления, внедрение лучшей корпоративной практики транспарентности компаний, что будет способствовать нормам цивилизованного предпринимательства и создаст лучшие условия для интеграции России в мировое экономическое пространство.

Список литературы:

1. *Дементьева, А. Г.* Основы корпоративного управления / А. Г. Дементьева // -М.: Магистр, 2009. С. 121.
2. Консалтинговое агентство Standard & Poog's [официальный сайт] URL: <http://www.standardandpoors.ru/> (дата обращения: 18.04.2011).
3. Издательский дом Коммерсантъ [официальный сайт] URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1609721> (дата обращения: 18.04.2011).
4. Российская Газета [официальный сайт] URL: <http://www.rg.ru/2004/06/08/vulfenson.html> (дата обращения: 18.04.2011).
5. Информационное агентство Regnum [официальный сайт] URL: <http://www.regnum.ru/news/762412.html> (дата обращения: 18.04.2011).
6. Российская Газета [официальный сайт] URL: <http://www.rg.ru/> (дата обращения: 18.04.2011).
7. Информационное агентство Regnum [официальный сайт] URL: <http://www.regnum.ru/news/762412.html> (дата обращения: 18.04.2011).
8. Российская Газета [официальный сайт] URL: <http://www.rg.ru/2004/06/08/vulfenson.html> (дата обращения: 18.04.2011).
9. Деловая газета «Ведомости» [официальный сайт] URL: http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/252191/tynok_ne_gotov_k_vvedeni_yu_msfo (дата обращения: 18.04.2011).
10. Российская Газета [официальный сайт] URL: <http://www.rg.ru/2009/04/21/biznes.html> (дата обращения: 18.04.2011).

ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ И ОСОБЕННОСТИ АУДИТА ДОХОДОВ, РАСХОДОВ И ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ, ВЫПОЛНЯЮЩЕЙ РАБОТЫ ПО ДОГОВОРУ СТРОИТЕЛЬНОГО ПОДРЯДА

**Хамзина Л.Ф., магистрант,
Попов А.Ю., канд. экон. наук, доц.**
Уральский государственный экономический университет

В настоящее время строительные организации широко представлены в клиентской базе аудиторских организаций. Большинство из них по объему выручки попадают под критерии обязательного аудита в соответствии с Федеральным законом от 30.12.2008г. № 307 – ФЗ «Об аудиторской деятельности».

Целью аудита организации является выражение мнения о достоверности финансовой (бухгалтерской) отчетности компании и соответствии порядка ведения бухгалтерского учета законодательству РФ. В первую очередь внимание обращается на корректное отражение в учете доходов и расходов, связанных с выполнением договоров подряда.

При проведении проверок аудиторы руководствуются Федеральными правилами (стандартами) аудиторской деятельности (ФПСАД), утвержденными Постановлением Правительства РФ от 23.09.2002 N 696, а также правовыми и нормативными документами, регламентирующими деятельность подрядных организаций.

В соответствии с федеральным законом от 30.12.2008г. № 307 – ФЗ «Об аудиторской деятельности» аудиторские организации (индивидуальный аудитор) имеют право самостоятельно определять формы и методы проведения аудита. Однако при всем разнообразии применяемых методов можно выделить общую последовательность действий при проведении аудита.

Аудиторскую проверку строительной организации – подрядчика можно разделить на 3 этапа:

1) подготовительный этап (подготовка и планирование аудиторской проверки), который включает в себя 2 стадии:

- 1.1 предварительная стадия планирования;
 - 1.2 стадия планирования (подготовка программы и плана аудита).
- 2) этап проведения аудита (сбор и обработка информации);
- 3) заключительный этап аудиторской проверки.

Целью предварительной стадии планирования является оценка возможности проведения аудита, предполагаемых масштабов и продолжительности проверки. На данном этапе происходит принятие решения о сотрудничестве с новым клиентом, общее знакомство с финансово – хозяйственной деятельностью организации.

Для подписания договора на проведение аудита бухгалтерской отчетности аудиторская организация должна понимать деятельность проверяемого экономического субъекта в достаточной степени, чтобы идентифицировать и правильно оценивать события, операции, используемые методы учета, которые могут оказывать существенное влияние на достоверность бухгалтерской отчетности, на ход проведения проверки или на выводы, содержащиеся в аудиторском заключении.

На стадии планирования производится вся предварительная работа, связанная с разработкой плана и программы аудита, предварительной оценкой уровня существенности и аудиторского риска.

При изучении способов ведения бухгалтерского учета и подготовки бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица, а также системы бухгалтерского учета и внутреннего контроля, как правило, используются тесты либо опросные листы, являющиеся рабочими документами аудитора.

На основе результатов проведенного тестирования возможно выявление участков, где контроль ослаблен и велика вероятность возникновения искажений в бухгалтерском учете, а также налоговых рисков.

К подготовке программы аудита сформировались 2 подхода:

- 1) использование типовой программы;
- 2) подготовка самостоятельной программы для каждой проверки.

Однако, на практике, как правило, используется типовая программа проведения проверки, в которую в каждом конкретном случае вносятся коррективы с учетом специфики деятельности организации, а также задач, поставленных перед проведением проверки.

Использование типовой программы и поставленные задачи являются отправной точкой в выборе подходов к сегментированию бухгалтерской информации, что в свою очередь предопределяет план и программу аудита, разработка которых зависит от выделенных сегментов.

Второй этап является основным и наиболее объемным при проведении аудита. Условно его можно разделить на подэтапы, в рамках, проведения которых изучаются и оцениваются следующие элементы учета:

- 1) порядок оформления первичной документации;
- 2) правильность отражения хозяйственных операций в бухгалтерском учете;
- 3) соответствие проводимых операций действующему законодательству;
- 4) правильность расчета налоговых обязательств перед бюджетом и прочее.

На данном этапе проведения аудиторской проверки аудитор должен получить достаточные доказательства в целях обоснования своего мнения. Как правило, из нескольких источников и различными методами должно быть получено достаточное количество качественных аудиторских доказательств, которые могут служить основой для формирования мнения о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Процедуры аудиторской проверки, позволяющие получить надлежащие аудиторские доказательства представлены в таблице 1.

Таблица 1 Основные процедуры аудиторской проверки.

Объекты основных процедур аудиторской проверки	Источник информации
Соблюдение учетной политики организации	
Соответствие фактического учета операций положениям учетной политики	учетная политика; бухгалтерские регистры по счетам 20, 26, 90
Соблюдение договоров	
Анализ условий заключенных договоров и соответствия им выполненных работ	договоры с заказчиками; накладные от поставщиков; бухгалтерские регистры аналитического учета по счетам 20,23,25,26
Расходы по работам, выполненным собственными силами	
Правильность учета отпуска и списания материалов для выполнения строительных работ	журнал по форме КС-6а; акты на списание материалов; регистры аналитического и синтетического учета по счету 10; требования-накладные по форме М-11
Своевременность и правомерность начисления оплаты труда рабочим, занятым на строительстве	регистры бухгалтерского учета по счетам 70, 69, 68; ведомость распределения

По окончании проверки анализируются выявленные ошибки, уточняется их влияние на бухгалтерскую отчетность. На этой основе формируется мнение аудитора о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Практика проведения аудита строительных организаций позволила выделить и систематизировать наиболее типичные ошибки, характерные для данного вида экономической деятельности:

1) Договоры подряда заключаются без уточнения основных положений:

- не оговорены сроки выполнения работ;
- не предусмотрен порядок оплаты.

Подобное составление договора подряда влечет за собой некорректное отражение условий сделки в бухгалтерском учете.

2) Отсутствие оформленных в соответствии с требованиями законодательства результатов проведения инвентаризации перед составлением годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности, при смене материально ответственных лиц или некорректное отражение результатов инвентаризации в учете.

3) Учет затрат организации ведется в разрезе направлений видов деятельности, а необходимо вести учет по позаказному методу в разрезе отдельных заказов по существующим договорам, иначе не представляется возможным определить принадлежность произведенных в отчетном периоде затрат и подтвердить их достоверность.

4) Учет выручки по договорам подряда производится в полной мере, хотя по данным актов и справок (формы N КС-2 и N КС-3) работы приняты только частично.

5) Несоответствие количества списанных на себестоимость выполненных работ в отчетном периоде материалов и количества материалов, израсходованных за месяц по данным актов о приемке выполненных работ.

6) Некорректный расчет налоговой базы (доходов) подрядной организации.

Наиболее существенные ошибки и искажения обобщаются в письменной информации (отчете) руководству аудируемого лица.

На заключительном этапе производятся обобщение и оценка выводов, сделанных на основе результатов проверки.

Анализ обнаруженных ошибок и нарушений проводится в соответствии с требованиями ФПСАД № 4 «Существенность в аудите». Стандарт требует оценки существенности, как в качественном, так и в количественном выражении. Для количественной оценки производится

сравнение выявленных в ходе аудиторской проверки ошибок с установленным уровнем существенности. Качественная оценка лежит в основе практического опыта и знаний проверяющего. При проведении обязательного аудита результаты аудиторской проверки оформляются аудиторским заключением. Аудиторское заключение должно содержать четко выраженное мнение о степени достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности организации.

Таким образом, основные этапы проведения аудита строительной организации – подрядчика не отличаются от последовательности аудиторской проверки коммерческих организаций других видов деятельности, однако при планировании и проведении аудита (непосредственно осуществлении аудиторской проверки) аудиторская организация должна уделить должное внимание особенностям деятельности, характерным для строительных организаций. При этом получение достаточных и надлежащих аудиторских доказательств, касающихся операций по отражению доходов, расходов и раскрытия информации о них, а также влияние этих операций на бухгалтерскую (финансовую) отчетность аудируемого лица, является объектом проверки на всех этапах аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности строительной организации – от планирования до формирования заключения.

Список литературы:

1. Об аудиторской деятельности [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ от 30.12.2008 г. N 307-ФЗ. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 23.09.2002 г. N 696. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

МЕСТО УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Хахонова Н.Н., д-р экон. наук, проф.
*Ростовский государственный экономический
университет РГЭУ (РИНХ)*

Качество управления во многом зависит от совершенства работы с информацией и требует четкой организации информационной системы предприятия.

По своей сути информационная система предприятия представляет собой открытую систему, образуемую множеством взаимосвязанных информационных элементов, которые обеспечивают получение, обработку, хранение и передачу необходимой информации в целях эффективного функционирования предприятия. В экономической литературе в качестве информационных элементов, как правило, рассматриваются сотрудники предприятия, информационные ресурсы, компьютерные системы различных классов, средства и системы сбора, обработки, хранения, передачи и представления информации, участвующие в информационном процессе или обеспечивающие информационный процесс.

Неотъемлемой частью этого понятия является информационное обеспечение, которое представляет собой сложный динамичный комплексный процесс, обеспечивающий удовлетворение информационных потребностей управленцев и выполняет функции рационализации деятельности его аппарата. М.А. Вахрушина под «информационным обеспечением» понимает сбор, обработку и передачу финансовой и нефинансовой информации, используемой менеджерами для планирования и контроля за ходом деятельности вверенных им подразделений, измерения и оценки полученных результатов [1].

Автор энциклопедии финансового менеджера И.А. Бланк дает следующее определение системы информационного обеспечения: это «функциональный комплекс, обеспечивающий процесс непрерывного целенаправленного подбора соответствующих информативных показателей, необходимых для осуществления анализа, планирования и подготовки эффективных оперативных управленческих решений по всем аспектам финансовой деятельности предприятия» [2].

Среди многообразия составляющих информационного обеспечения выделим следующие:

- информационное обеспечение как система представляет собой органически взаимосвязанную совокупность элементов, взаимодействие которых организовано определенным образом в единую технологию, реализующую правила и методологические принципы эффективного преобразования информации в соответствии с потребностями управления;

- информационное обеспечение - это сведения, знания, предоставляемые потребителю в ходе работ по удовлетворению его информационных потребностей, и соответствующим образом обработанная информация;

- информационное обеспечение – является одной из важнейших составляющих современных автоматизированных информационных систем, а также процесс предоставления информации отдельным лицам или группам-пользователям информационных систем в соответствии с их информационными потребностями.

Система информационного обеспечения - это совокупность реализованных решений по объему, размещению и формам организации информации. Система информационного обеспечения включает оперативную, плановую, учетную, отчетную, нормативно-справочную информацию, классификаторы технико-экономической информации, системы документации (унифицированные и специальные).

Составной частью информационного обеспечения выступает, по нашему мнению, учетно-аналитическое обеспечение. Система бухгалтерского учета объединяет учетные и аналитические операции в один процесс. При этом совершенствуются как общая методология, так и нормативные положения учета и анализа для рационального использования в единой учетно-аналитической системе. Непрерывность этого процесса и использование его результатов в организации необходимы при принятии управленческих решений руководством предприятия.

В настоящее время в области теории бухгалтерского учета и в практической деятельности введен целый ряд терминов, которые ранее не применялись. Как справедливо отмечает профессор А.Н. Хорин: «...назрела необходимость того, чтобы научная общественность, законодательные органы и ведомства, призванные осуществлять методологическое руководство в области учета, системно разработали понятийный и категориальный аппарат данной области и

регламентировали его использование во всех сферах практической работы» [3].

В ходе исследования было выявлено большое разнообразие применяемых в теории и на практике терминов по своему содержанию схожих с термином учетно-аналитическое обеспечение. Широко используются термины: «учетно-аналитический механизм» (Омельченко И.А.); «учетно-аналитическая система» (Богатая И.Н., Гареев Б.Р., Евстафьева Е.М., Попова Л.В., Маслов Б.Г., Маслова И.А., Никулина Л.Н., Петрыкина М.М., Тычинина Н.А., Удалова З.В., Усатова Л.В.); «учетно-налоговая система» (Варакса Н.Г., Попова Л.В.); «учетно-аналитическое обеспечение» (Алексеева О.В., Алексеева И.В., Бороненкова С.А., Николаева О.Е., Уорд К.); «учетно-информационное обеспечение» (Андреева С.В.); «учетно-информационная система» (Хоружий Л.И.); «учетное информационное пространство» (Рожнова О.В.).

Рассмотрим более подробно существующие подходы и точки зрения по данному вопросу.

По мнению Бобровой Е.А. при современном уровне развития рыночных отношений происходит процесс активной интеграции традиционных методов учета, анализа, нормирования, контроля и аудита в единую учетно-аналитическую систему получения данных и обработки информации, в частности в учетно-аналитическую систему [4].

Богатая И.Н., Евстафьева Е.М. считают, что учетно-аналитическая система коммерческой организации – это упорядоченная совокупность взаимодействующих, взаимосвязанных элементов, позволяющих сформировать учетно-аналитическое обеспечение бизнес-процессов коммерческой организации, посредством сбора, регистрации, обобщения, анализа информации и осуществления контрольных действий в целях оценки рисков существенного ее искажения. Учетно-аналитическая система (УАС) коммерческой организации позволяет сформировать учетно-аналитическое обеспечение (УАО) управления бизнес-процессами на основе использования методик учета, анализа и аудита [5].

Гареевым Б.Р. предложено выделять в составе учетно-аналитических систем следующие элементы: планово-контрольные расчеты, планово-учетные регистры, аналитический разрез планово-учетных данных, оценка и анализ качества учетно-аналитической информации [6].

Никулина Л.Н. считает, что учетно-аналитическая система включает в себя следующие элементы:

1) специальную методику (технологии) системных записей, объективно отражающих свершившиеся факты хозяйственной жизни предприятия, которая позволяет объединить их в единую модель: учет - анализ - аудит;

2) аналитические показатели;

3) аудиторские доказательства [7].

Тычинина Н.А. считает, что учетно-аналитическая система предприятия состоит из четырех взаимосвязанных подсистем: информационной, учетной, аналитической и аудиторской [8].

По мнению Усатовой Л.В. «учетно-аналитической системой» является комплекс взаимодействующих и взаимосвязанных элементов, обеспечивающих процесс непрерывного целенаправленного сбора, обработки и оценки информации, необходимой для планирования деятельности, разработки, принятия и реализации эффективных управленческих решений. В основе учетно-аналитической системы лежит системный подход, позволяющий рассматривать предприятие как сложный объект, состоящий из ряда подсистем - учетно-отчетной, аналитической и контрольной [9].

Попова Л.В., Маслова И.А. и Маслов Б.Г. считают, что «учетно-аналитическая система в широком смысле — это система, базирующаяся на бухгалтерской информации, включающей в себя оперативные данные и использующей для экономического анализа статистическую, техническую, социальную и другие виды информации.». При этом общая методология и нормативные положения учета и анализа совершенствуются для рационального использования в единой учетно-аналитической системе [10].

Представленное определение устанавливает цель и процедуры учетно-аналитической системы, но не раскрывает ее содержание и место в системе управления предприятием.

Солоненко А.А. считает, что на современном этапе развития учетная система представляет собой комплексную, проблемно-ориентированную науку, отражающую общенаучными и частнонаучными методами многоуровневую экономическую систему, ее сложные взаимосвязи, отличающуюся усилением противоречивых тенденций и увеличением количественных, качественных и структурных изменений в ее развитии, что приводит к ее модификации в исторический тип «интегрированная учетная система» [11].

Профессор Рожнова О.В. убеждена, что учетное информационное поле является важнейшей составляющей экономического информационного пространства и выделяет три основные задачи учетного информационного пространства: обеспечение информационной поддержки пользователей в процессе принятия решений; повышение эффективности управления предприятием и государственного управления социально-экономическим развитием общества; создание условий для эффективного функционирования рыночных механизмов [12].

Все вышеизложенное подтверждает отсутствие единого понимания термина «учетно-аналитическая система» и необходимость его дополнительного осмысления и наполнения.

Мы понимаем под учетно-аналитической системой управления - систему, базирующуюся на бухгалтерской информации, включающую оперативные данные и использующую для экономического анализа и контроля всю необходимую информацию. Т.е. учетно-аналитическая система состоит, по нашему мнению, из трех взаимосвязанных подсистем: учетной, аналитической и контрольной. Базовой основой является учетная подсистема, так как именно в ней формируется и обрабатывается информация, используемая для анализа и контроля. Аналитическая и контрольная подсистемы учетно-аналитической системы выполняют особую роль при обработке учетной информации с целью оценки ее полноты, достоверности, своевременности, в целях последующего анализа для выявления узких мест, а также скрытых резервов. Органическое единство и взаимосвязь всех составляющих подсистем учетно-аналитической системы предприятия позволяют, с одной стороны, принимать необходимые тактические решения в оперативном режиме, а с другой — разрабатывать и корректировать стратегии развития организации на долгосрочную перспективу.

Список литературы:

1. *Вахрушина, М. А.* Управленческий анализ: объекты, методы, задачи / М. А. Вахрушина // Современный бухучет. - 2004. - № 11. – С. 18-19.
2. *Бланк, И. А.* Энциклопедия финансового менеджера: В 4 т. Т. 1. Концептуальные основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. – 2-е изд., стереотип. – Москва: Омега-Л, 2008. – 447с.
3. *Хорин, А. Н.* О достоверности и существенности показателей бухгалтерской отчетности / А. Н. Хорин // Бухгалтерский учет. – 1999. - № 11. - С. 60-62.

4. *Боброва, Е. А.* Учетно-аналитическая система затрат на производство: виды учета и аудита / Е.А. Боброва // Аудиторские ведомости. – 2007. - № 2 С. 27-33
5. *Богатая, И. Н.* Учетно-аналитическая система коммерческих организаций как основа для управления денежными потоками при банкротстве / И.Н. Богатая, Е.М, Евстафьева // Учет и статистика. – 2009. - №3. – С. 69-74
6. *Гареев, Б. Р.* Учетно-аналитическое обеспечение финансового бюджетирования: специальность 08.00.12 «Бухгалтерский учет, статистика»: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / Гареев Булат Рафаэлевич; [Казанский государственный финансово-экономический институт]. - Казань, 2009. – 24с. – Библиогр.: 23-24 с.
7. *Никулина, Л. Н.* Формирование учетно-аналитической системы обязательств на промышленных предприятиях: специальность 08.00.12 «Бухгалт. учет, статистика»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Никулина Лариса Николаевна; [Орловский государственный технический университет]. - Орел, 2002. – 24 с.: ил. – Библиогр.: 23-24 с.
8. *Тычинина, Н. А.* Теоретическое обоснование содержания учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития предприятия / Н. А. Тычина // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2009. - №2. С. 102-107//
9. *Усатова, Л. В.* Формирование управленческой и налоговой составляющей учетно-аналитической системы расходов в условиях неопределенности в период трансформации международных стандартов финансовой отчетности: специальность 08.00.12 «Бухгалтерский учет, статистика»: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Усатова Людмила Васильевна; [Орловский государственный технический университет]. Орел, 2008. – 48 с.: ил. – Библиогр.: 45-48 с.
10. *Попова, Л. В.* Основные теоретические принципы построения учетно-аналитической системы / Л. В. Попова, Б. Г. Маслова, И. А. Маслова // Финансовый менеджмент. – 2003. - № 5. - С. 20 – 32.
11. *Солоненко, А. А.* Закономерности развития учетной системы / А. А. Солоненко // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2011. - № 2. – С.91-95.
12. *Рожнова, О. В.* Финансовый учет. Теоретические основы, методологический аппарат / О. В. Рожнова.– М.: Экзамен, 2001. – 320с.

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

**Хусаинова О.Р., студент,
Кильдибекова З.Р., ст. преп.**

Бакирский государственный университет

Глобализация международных отношений - это усиление взаимозависимости и взаимовлияния различных сфер общественной жизни и деятельности в области международных отношений[5].

Факт взаимозависимости был известен задолго до появления термина глобализация. Еще Монтескье в «Духе законов» оптимистически заключает: «Две нации, взаимодействуя друг с другом, становятся взаимозависимыми; если одна заинтересована продать, то вторая заинтересована купить; их союз оказывается основанным на взаимной необходимости».

Этот процесс значительно расширился за последние десятилетия благодаря огромным достижениям в области технологии. За это время противоборствовавшие в холодной войне блоки практически перестали существовать, исчезли преграды в торговых отношениях, в интеграции главных финансовых рынков мира.

Глобализация современного мира - явление противоречивое, которое сегодня активно обсуждается на страницах отечественной и зарубежной прессы, вызывая неоднозначную оценку специалистов. Одни считают её средством дальнейшего прогресса, другие видят в ней угрозу мировой экономики, которая вызвана объективными факторами мирового развития: углублением международного разделения труда, научно-техническим прогрессом в области транспорта и средств связи, что позволяет получать необходимую информацию из любой точки планеты в реальном режиме времени и быстро принимать решения. Современные системы телекоммуникаций беспрецедентно облегчают организацию международного инвестирования капиталов, [кооперирования производства](#) и [маркетинга](#). В условиях информационной интеграции мира намного ускоряется передача технологий и заимствование иностранного опыта хозяйствования. Складываются предпосылки для глобализации таких процессов, которые до сих пор оставались локальными по своей природе, например, получение высшего образования в лучших учебных центрах мира.

Одним из источников глобализации является [либерализация торговли](#) и другие формы экономической либерализации, вызвавшие

ограничение политики протекционизма и сделавшие [мировую торговлю](#) более свободной. В результате были существенно снижены тарифы, устранены многие барьеры в торговле, а другие меры привели к усилению [движения капитала](#) и [факторов производства](#) [4].

Следующий источник интернационализационного процесса и один из основных источников глобализации - феномен транснационализации, в рамках которой определенная доля производства, потребления, экспорта, импорта и дохода страны зависит от решений международных центров за пределами данного государства. В качестве ведущих сил здесь выступают транснациональные компании ([ТНК](#)), которые сами являются одновременно и результатом, и главными действующими лицами интернационализации.

Глобализация сказывается на экономике всех стран. Она затрагивает производство товаров и услуг, использование [рабочей силы](#), инвестиции, технологии и их распространение из одного региона в другой. Всё это в конечном итоге отражается на эффективности производства, [производительности труда](#) и конкурентоспособности.

Процесс глобализации экономики ускорился в последние десятилетия, когда различные рынки, в частности, капитала, ценный бумаг, технологии и товаров, а в известной степени и труда, становились все более взаимосвязанными и интегрированными в многослойную сеть ТНК. Хотя определенное количество подобных компании оперирует в традиционном торговом секторе, в целом международные фирмы выступают за промышленную реструктуризацию многих развивающихся стран путем создания новых отраслей, в частности, автомобильной, нефтехимической, машиностроительной, электронной и др.

В качестве ещё одного источника можно отметить достижение глобального единomyслия в оценке рыночной экономики и системы свободной торговли. Этот процесс привел к идеологической конвергенции — на смену недавних противоречий между экономикой Запада и Востока пришло практически полное единство взглядов на рыночную систему хозяйства. Основным результатом такой конвергенции стало решение бывших социалистических стран о переходе к рыночной экономике.

Также источник глобализации кроется в особенностях культурного развития. Речь идет о тенденции формирования однородных средств массовой информации, искусства, поп-культуры, повсеместного использования английского языка в качестве всеобщего средства общения.

Все вышеизложенное позволяет нам отметить ряд преимуществ от этого процесса:

- глобализация вызвала обострение международной конкуренции, которая привела к расширению рынка, углублению специализации и международного разделения труда, стимулирующих в свою очередь рост производства не только на национальном, но и на мировом уровне;

- экономия на масштабах производства, что потенциально может привести к сокращению издержек и снижению цен, а следовательно, к устойчивому экономическому росту;

- выигрыш от торговли на условиях, удовлетворяющие все стороны, в качестве которых могут выступать отдельные лица, фирмы и другие организации, страны, торговые союзы и даже целые континенты;

- повышение производительности труда в результате рационализации производства на глобальном уровне и распространения передовой технологии, а также конкурентного давления в пользу непрерывного внедрения инноваций в мировом масштабе.

Глобализация будет осуществлена лишь в том случае, если:

1. Мировое сообщество согласится пожертвовать своими отраслями производства в пользу более эффективных производителей из стран-чемпионов.

2. Высокооплачиваемые трудящиеся в развитых странах согласятся допустить на свои рынки товары из стран, где рабочая сила гораздо дешевле и где экспортерам помогают местные государственные структуры.

В первом случае «неготовность» к глобализации выражается в возводимых для защиты национальных экономик тарифах на импорт. Во втором - в протесте профсоюзов богатых стран, не готовых отдать рабочие места своим менее оплачиваемым коллегам из менее богатых стран, а также недовольство транснациональными корпорациями, переводящими свои капиталы в зону более дешевого труда.

Глобализация - процесс объективный, обладающий как позитивными, так и негативными последствиями. Она позволяет углублять международное разделение труда, более эффективно распределять и использовать ресурсы, что, в конечном счете, способствует повышению благосостояния стран и расширению жизненных перспектив населения. Глобализация дает странам возможность мобилизовать более значительный объем финансовых ресурсов, поскольку инвесторы могут более эффективно использовать широкий финансовый инструментарий на возросшем количестве рынков. Кроме того, передовые технологии резко сокращают

транспортные, телекоммуникационные и расчетные издержки и обычно облегчают глобальную интеграцию национальных рынков[3].

Таким образом, глобализация мировой экономики - сложный и противоречивый процесс. С одной стороны, она облегчает хозяйственное взаимодействие между государствами, создает условия для доступа стран к передовым достижениям человечества, обеспечивает экономию ресурсов, стимулирует мировой прогресс. С другой, глобализация несет негативные последствия. Закрепление периферийной модели экономики, потеря ресурсов странами, не входящими в «золотой миллиард», разорение малого бизнеса, снижение уровня жизни и др.

Список литературы:

1. *Бек У.* Что такое глобализация? / пер. с нем. А.Григорьева и В.Седельника; Общая редакция и послесл. А.Филиппова. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – 304 с.
2. *Глобальная экономика: кол.моногр.* / под. науч. ред. проф. Е.Н. Камышанченко, доц. Ю.Л. Растопчиной. – Белгород: ИПК НИУ «БелГУ», 2011. – 416с.
3. *Коллонтай, В.* Эволюция западных концепций глобализации // *Мировая экономика и международные отношения.* – 2004. - №1. – С.24.
4. <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/globalizaciya.html>
5. <http://globalization.report.ru/material.asp?MID=209>

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ ГОСУДАРСТВА И СУБЪЕКТОВ РЫНКА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Чаадаева В.В.

*ГОУ ВПО «Самарский государственный
экономический университет»*

Для российской экономики решение проблемы конкурентоспособности имеет комплексный характер, связанный с повышением социального уровня, развитием науки, инновационных путей развития современного производства и достижений научно-технического прогресса, обеспечением национальной безопасности, требующей новых форм функционирования и развития систем управления организациями, с возрастающим значением качества управления организацией, с развитием методологии и методов управления корпоративными инновационными системами, с учетом конкурентных возможностей, с все возрастающим значением управления современными производственными системами, с расширением внешнеэкономических связей, ростом занятости, наращиванием конкурентных преимуществ российских предприятий.

С развитием рыночных отношений и усилением конкурентной борьбы за покупателя управление конкурентоспособностью бизнеса стало первостепенной задачей формирования стратегии организации на основе сбалансированной системы методов управления на макро- и микроуровне. Процесс построения сбалансированной системы управления выходит на первый план и нуждается в дополнительных исследованиях её преимуществ и недостатков применения в российских условиях, что в свою очередь влияет на управление жизнеспособностью организации. Особую значимость это приобретает в условиях недостаточного уровня эффективности отечественной промышленности.

Недостаточная конкурентоспособность отечественного производства относительно зарубежного из-за неравных условий конкурентной борьбы приводит к потере гарантированного сбыта и росту импорта, негативно влияет на развитие независимости России, крайне необходимой в период ее вступления в ВТО. Интеграция страны в мировое сообщество ужесточит конкурентную борьбу за влияние на рынках сбыта и разрушительно отразится на неконкурентоспособных

отраслях, приводя к сокращению производства, неполному использованию производственных мощностей. В этой связи проблема конкурентоспособности требует разработки концептуальных основ теоретико-методологических и практических рекомендаций, адекватных предстоящим изменениям в организационно-экономическом механизме функционирования всего промышленного комплекса страны.

В современных условиях рыночных отношений, конкурентной среды и непосредственного взаимодействия российских и зарубежных производителей решение проблемы сочетания государственных и рыночных механизмов управления конкурентоспособностью становится стратегическим ресурсом экономики России. В мировой экономике место ценовой конкурентоспособности заняла конкурентоспособность уровней качества, которая повысит свою актуальность с вхождением России в ВТО. Возрастание фактора качества результатов деятельности производства в стратегии конкурентной борьбы на мировых рынках является долгосрочной тенденцией.

В управлении конкурентоспособностью актуальными представляются проблемы разработки конкретного экономического механизма сочетания участия государства и предприятий. Этот механизм должен быть основан на феномене бренда качества результатов деятельности производства и необходимости адаптации предприятия к рыночным отношениям. Очевидно, что обеспечение конкурентоспособности является проблемой для всех стран, независимо от модели хозяйствования. Интерес к определенным аспектам проблемы конкурентоспособности усиливается в период экономических кризисов, когда исходной базой для достижения конкурентных преимуществ является превосходство современных производств в области управления качеством. Теоретические положения западной экономической мысли, исследующие конкурентоспособность в условиях давно сложившейся, стабильной рыночной системы, концепции «невидимой руки рынка» недопустимо механически переносить на российские хозяйственные реалии.

Низкая эффективность реализуемой в отечественной экономике модели управления качеством и конкурентоспособностью усиливает социальную напряженность в обществе. В связи с этим, проблема теоретического обоснования и разработки концепции сочетания государственных и рыночных механизмов управления конкурентоспособностью применительно к изменившимся условиям хозяйствования приобретает не только экономическую, но и социальную значимость.

Исследование эволюционной динамики управления конкурентной средой и конкурентоспособностью на основе развития системы взаимодействия государства и хозяйствующих субъектов показало, что в 1970-х годах западными учёными сделан общий вывод о замене концепции предприятия как «производственной функции» в индустриальной экономике концепцией как «структуры управления» в постиндустриальной экономике, и соответственно понятия «способ производства» понятием «способ развития». Понятиям «государство развития» и «способ развития» присуще понятие «конкурентная среда», вытекающее из их целей и приоритетов.

Конкурентная среда представляет собой условия функционирования бизнеса, которые побуждают субъектов рынка добиваться конкурентоспособности с учетом действующих норм и правил, устанавливаемых государством в зависимости от целей развития. Таким образом, в конкурентной среде наряду с механизмом конкуренции на микро уровне, должен действовать механизм экономической координации на макро уровне.

В этих исследованиях также показано, что возникновение конкурентной среды, в которой компании зарождаются и обучаются конкурировать, обусловлено четырьмя составляющими конкурентных преимуществ «правила ромба»: наличием в стране факторов производства, необходимых для ведения конкурентной борьбы в данной отрасли; наличием спроса на внутреннем рынке; наличием в стране отраслей-поставщиков, конкурентоспособных на международном уровне; уровнем конкуренции и условий создания организации и управления компаниями.

Применительно к России модель ромба имеет особенности. В России имеются все факторы производства. На современном этапе ощущается недостаток таких факторов, как наличие квалифицированной рабочей силы и инфраструктуры, необходимых для ведения конкурентной борьбы в любой отрасли. Состояние спроса на внутреннем рынке в России ограничено платежеспособностью основной массы населения.

Современный подход к качеству со стороны государственных органов и современных производств, определяется тем, что качество сегодня – это ключевое звено политики в области торговых отношений в мировом масштабе, стабилизирующий фактор обеспечения функционирования социально-экономической сферы жизнедеятельности общества, совокупность инструментов повышения

конкурентоспособности бизнеса, а, следовательно, и национальных экономик.

Определяющая роль в развитии конкурентоспособного производства принадлежит государству. На него возложены те основные функции, которые не может выполнить рынок. Выявленные в ходе ретроспективного анализа недостатки государственного управления экономикой определили необходимость создания единого организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью продукции, который предлагается рассматривать как систему методов направленных на наиболее полное удовлетворение спроса потребителей и стимулирование развития конкурентоспособного производства. Это не означает, что на государство возлагается управление всем процессом создания конкурентных преимуществ. Ему принадлежит координирующая роль, которая в совокупности с рыночными механизмами предприятий через связующее звено – отрасль формирует конкурентную среду.

Преобразование плановой экономики в экономику рыночного типа потребовало критического переосмысления концепции государственного управления конкурентоспособностью. Теоретические положения западной экономической мысли относительно конкурентоспособности в условиях рыночной системы недопустимо механически переносить на российские хозяйственные реалии.

Рассматривая российские государственные механизмы управления конкурентоспособностью, наиболее целесообразно сравнивать их с развитием аналогичных механизмов в странах с наиболее успешной экономикой.

Такой подход позволит выявить и управлять важнейшими процессами, которые создают гарантии качества на результаты деятельности отечественных производств, постоянно выводя их на новый более высокий уровень, обеспечивая конкурентные преимущества на внутренних и мировых рынках.

Сущность этого подхода состоит в разделении функций и ответственности государства и современных производственных систем:

- государство несет ответственность за такие глобальные категории, как безопасность результатов деятельности отечественных производств, защита здоровья и жизни населения, охрана окружающей среды, защита имущества, защита от недобросовестных изготовителей и посредников;

- повышая конкурентоспособность национальных производств, отраслей и экономик, современное производство в свою очередь берет

на себя ответственность за конкурентоспособные результаты деятельности.

Современный международный подход к качеству со стороны государственных органов и производственного бизнеса определяется тем, что качество сегодня – это ключевое звено политики в области торговых отношений в мировом масштабе, стабилизирующий фактор обеспечения функционирования социально-экономической сферы жизнедеятельности общества, наконец, совокупность инструментов конкурентоспособности результатов деятельности отечественных производств, а, следовательно, бизнеса и национальных экономик.

Умелая комбинация государственных и рыночных механизмов управления качеством в Японии, США, Великобритании, Германии и других странах позволила им обеспечить конкурентоспособность результатов деятельности современных производств и бизнеса.

Важнейшими регулируемыми государством механизмами конкурентоспособности российского бизнеса являются: законодательная база по приоритетам качества; механизмы по воспроизводству промышленного капитала и рабочей силы; государственное нормирование, контроль, надзор в области обеспечения качества; подтверждение соответствия требованиям нормативных документов; конкурсная организация государственных заказов на базе требований мировых рынков; льготное кредитование, страхование и налогообложение экспорта; организация государственных и региональных конкурсов качества.

Рыночными механизмами, которые могут использоваться производственным бизнесом в условиях конкурентной среды и для достижения конкурентных преимуществ добровольно по их выбору, являются: стратегическая модель управления конкурентоспособностью на микроуровне; инновационно-технологическое управление производством на основе оценки результатов деятельности отечественных производств; разработка, внедрение и сертификация систем менеджмента качества; управление затратами на качество.

Каждый из механизмов, как государственных, так и рыночных, не может эффективно функционировать в изолированном виде и должен входить в единую систему согласованных действий. Эти механизмы действуют совместно, синергетически поддерживая и усиливая друг друга.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ БЕЛГОРОДСКОГО РЕГИОНА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ НОВОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА

Череповская Н.А., аспирант

*Белгородский государственный национальный исследовательский
университет (НИУ «БелГУ»)*

В соответствии с поставленными целями и задачами в Концепции социально-экономического развития России до 2020 года предусмотрен переход российской экономики с инерционного энерго-сырьевого на инновационный путь развития и занять лидирующие позиции на ряде ключевых направлений роста глобальной экономики. Поскольку все мировое сообщество вступает в новую волну шестого технологического уклада, то на данном переходном этапе для России важно освоить новые технологии управления, опережающее овладение и подготовка квалификационных кадров, которые будут являться приоритетом политики развития. Дальнейшее развитие получают системы автоматизированного проектирования, которые позволяют перейти к автоматизированному управлению всем жизненным циклом продукции, сократив до минимума фазы внедрения и освоения новой техники.

Какими же доминирующими направлениями будет характеризоваться шестой технологический уклад? Ключевым фактором станут нанотехнологии, клеточные технологии и методы геной инженерии, с использованием электронных растровых и атомно-силовых микроскопов, соответствующих метрологических систем. Ядром шестого технологического уклада станут нанoeлектроника, молекулярная и нано- фотоника, наноматериалы и наноструктурированные покрытия, оптические наноматериалы, наногетерогенные системы, нанобиотехнологии, наносистемная техника, наноборудование. Соответственно несущими отраслями будут такие как: электронная, атомная и электротехническая промышленность, информационно-коммуникационный сектор, станко-, судо-, авто- и приборостроение, фармацевтическая промышленность, солнечная энергетика, ракетно-космическая промышленность, авиастроение, клеточная медицина, семеноводство, строительство, химико-металлургический комплекс[1].

Рассмотрим перспективы вхождения Белгородского региона в шестой технологический уклад. В соответствии со Стратегией социально-экономического развития Белгородской области на период

до 2025 года наряду с традиционными отраслями предусмотрена реализация инновационного сценария развития экономики области за счет ускоренного развития как традиционных, так и высокотехнологичных производств. Для дальнейшей ее реализации необходимо активное участие в создании новых знаний и проведении научно-исследовательских работ, заимствования технологий и адаптации научных результатов в преломлении особенностей свойственных региону[2].

При переходе к шестому технологическому укладу Белгородский регион ставит перед собой задачу необходимости вовлечения всех творческих сил, интеллектуального потенциала. Белгородским государственным университетом — национальным исследовательским университетом (НИУ «БелГУ») создан ряд объектов, целью которых является обеспечение условий для продвижения результатов научно-технической деятельности университета на рынок инноваций и повышение уровня коммерциализации научных разработок. Так, например, инновационный центр технопарк «Высокие технологии» обеспечивает развитие высокотехнологичных отраслей экономики, содействует в разработке, производстве, внедрению и выводу на международный рынок инновационных высокотехнологичных продуктов и технологий, созданных на основе потенциала научно-исследовательских подразделений Белгородского государственного университета, способствует развитию новых и действующих компаний в сфере высоких технологий. В 2011 году в НИУ «БелГУ» созданы научно-исследовательская лаборатория «Научные проблемы агропромышленного комплекса» и «Центр доклинического и клинического исследования».

В Белгородском государственном технологическом университете (БГТУ) им В.Г. Шухова используются не только собственные образовательные технологии, но и разработанные в других передовых ВУЗах России. В университете созданы учебно-научно-инновационные платформы. В БГТУ имени В.Г. Шухова создан инновационно-технологический центр, который занимается вовлечением в инновационную деятельность студентов, аспирантов, докторантов и научных работников, поддержкой малых инновационных предприятий, обеспечивающих доведение научной идеи до коммерческого освоения, выполняющих функцию «инкубатора идеи».

Инновационный бизнес-инкубатор занимается увеличением числа малых предприятий в сфере наукоемких технологий, созданных с участием студентов, аспирантов и научных работников на базе БГТУ

им. В.Г. Шухова и повышение их устойчивости, активизацией инновационной деятельности студентов, аспирантов и научных работников на базе БГТУ им. В.Г. Шухова, формированием стандартов профессионального бизнеса среди субъектов малого предпринимательства.

Созданная Ассоциация специалистов по инновационной деятельности «Технопарк БГТУ им. В.Г. Шухова» оказывает содействие развитию научных исследований и внедрение их на производстве, совершенствование и развитие системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов в области строительного материаловедения.

В 2011 году БГТУ им. В.Г. Шухова совместно с ОАО «РОСНАНО» реализован образовательный проект по направлениям «Композиционные материалы на основе углеволокна в строительстве», «Применение энергосберегающих технологий в производстве светопрозрачных конструкций».

Регион при формировании шестого технологического уклада определил для себя перспективные направления, в соответствии с требованиями конкуренции и в дальнейшем коммерциализации результатов научно-технических исследований и разработок:

- Энергосберегающие технологии (разработка энергосберегающих технологий в металлургическом производстве, оптимизация режимов работы электропривода).

- Нанотехнологии и новые материалы (функциональные покрытия, наноточные измерительные машины и роботы-станки, фильтры сверхглубокой очистки).

- Альтернативная энергетика (ветрогенераторы, солнечные батареи, биогазовые установки).

- Технологии рационального использования природопользования (рециклинг отходов металлургического производства).

- Информационные и телекоммуникационные технологии (создание информационных систем на основе искусственного интеллекта, совершенствование технологических процессов металлургического производства).

- Биомедицинские и ветеринарные технологии жизнеобеспечения и защиты человека и животных.

В Белгородской области построена биогазовая установка, которая позволит получать электро- и теплоэнергию из отходов производства мяса, свиного навоза и кукурузного силоса. Ежегодно она будет

вырабатывать 19,6 млн кВт/ч электроэнергии и 17,2 тыс. Гкал тепла. Это первый в России объект подобной мощности. Запущены в эксплуатацию ветрогенераторы и солнечные батареи с генерацией электроэнергии мощностью 200 кВт и выдачей её в сеть. Реализует данные проекты ООО «АльтЭнерго» ГК «Агро-Белогорье».

В настоящее время Белгородская область снабжается импортными и отечественными медицинскими препаратами, ввозимыми из-за рубежа и других регионов России. Полная зависимость региона не в достаточной степени позволяет вести эффективную работу здравоохранению и обеспечивать население отечественными недорогими, современными и качественными лекарственными препаратами, медицинскими изделиями. С этой целью планируется строительство фармацевтического завода на территории региона.

Создание ООО «Белгородский радиологический центр» по предоставлению радиологических услуг населению Белгородской области позволит на ранней стадии (I-II) диагностировать опухолевые процессы у больных и лечить данную категорию пациентов с использованием высокотехнологичного оборудования, что позволит достичь снижения смертности не менее чем на 25 %.

Таким образом, Белгородский регион только делает первые шаги к переходу на новый шестой технологический уклад.

Список литературы:

1. Глазьев, С. Ю. Возможности и ограничения социально-экономического развития России в условиях структурных изменений в мировой экономике: научный доклад [Электронный ресурс]:Российская академии наук.-М.,2008.-С.15-24//<http://www.news.ane.ru/documents/doklad-oon-ran.pdf>;
2. Стратегия социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года [Электронный ресурс]: утв. постановлением правительства Белгородской области №27-пп от 25 января 2010 г. // <http://www.belregion.ru>.

ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОСТЬ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Чижова Е.Н., д-р экон. наук, проф.,

Глаголев С.Н., д-р экон. наук, проф.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Категория управление теснейшим образом связана с понятием целенаправленного поведения. Управление всегда начинается с цели. Н. Винер, А. Розенблют и Д. Бигелоу, отмечали: «Активное поведение можно подразделить на два класса: нецеленаправленное (или случайное) и целенаправленное. Термин «целенаправленное» здесь означает, что действие или поведение допускает истолкование как направленное на достижение некоторой цели, т.е. некоторого конечного состояния, при котором объект вступает в определенную связь в пространстве или во времени с некоторым другим объектом или событием» [3, с.280].

Автор солидарен с теми, кто считает действия экономических субъектов целенаправленными. Однако целенаправленность может иметь разную степень определенности, категоричности и точности. Для нормального обеспечения процесса управления цель должна иметь четкие параметры. Если цель размыта, процесс управления не может быть алгоритмичен, проверка достижения нечеткой цели, как правило, осуществляется лишь со стороны внешней среды на предмет выживаемости системы.

Целенаправленность имеет исторический контекст, в том числе и для развития организаций. А.В. Молодчик, например, анализируя этот аспект системы «предприятие», различает такие исторические периоды: «До 1980 г. развитие в мировой практике носило в основном количественный характер с ориентацией на решение конкретных проблем, рост производства, экспансию новых рынков. После 1980 г. процесс перемен переместился в качественную плоскость с акцентом на инициативу и творчество. Произошло переосмысление основ деятельности предприятия с переориентацией на поиск стратегических преимуществ и лидерства» [6, с.46-47].

Все представители управляющей подсистемы ставят цель. Но эта цель бывает как пассивна, так и активна. Стратегически обдуманная цель – активна, но ее не все ставят. В то же время отсутствие фундамента, «общего знаменателя» (цели) не позволяет предприятиям работать эффективно. Таким образом, пассивное целеполагание не

обеспечивает успех, экономический рост и процветание, все факты свидетельствуют об этом. Следует отметить, что и активное целеполагание не гарантирует успех, так как любое управленческое решение имеет определенную степень риска, но лишь оно способно его обеспечить.

Еще А. Богданов (Малиновский) обращал внимание на то, что через понятие «устойчивость системы» не только следует вводить в науку представления о некоей объективной цели, но наоборот, «может быть достигнуто общее научное объяснение телеологических по внешности формул «максимум» и «минимум». Сущность объяснения сводится к следующему: устойчивость комплекса – его сохранение – зависит от минимума изменяющих воздействий среды или от максимума его собственных сопротивлений» [2, с.107]. Данное положение позволяет понять, что сознательное поведение есть поведение целенаправленное. Всякое разумное действие предполагает формулировку цели как представление об определенном конечном состоянии, которое должно явиться результатом этого действия. В то же время направленность сознательного поведения не означает свободы от объективных закономерностей функционирования внешней среды и самого управляемого объекта, не означает произвольности в выборе цели. Кроме того, принцип устойчивости системы достигается, если обеспечивается оптимальность связи системы с внешней средой. Прогрессивное изменение (рационализация) через целеполагание как совершенствование элементов системы и ее самой имеет смысл при сохранении устойчивости, которая обеспечивает сохранение системы. Это весьма важно для постановки целей.

Предприятие – развивающаяся система. Развитие происходит в процессе его функционирования. Б. Карлофф и С. Седерберг следующим образом определяют развитие: «Развитие означает перемену состояния. Обычно это понятие используется для обозначения перехода из одного состояния в другое, которое считается лучшим, более эффективным и целесообразным для деятельности» [5, с.98]. В то же время эти авторы отмечают, что для организационного развития происходящие перемены могут отражать изменения не только к лучшему, но и к худшему. Ухудшение может происходить, если концепция выбрана неверно или процесс ее реализации происходит неправильно. Таким образом, толкование развития может быть и со знаком «плюс» и со знаком «минус».

Предприятие – сложная и недетерминированная система, поэтому для поиска критериев, показателей, тенденций развития удобно для

начала произвести классификацию типов организационного развития. Так, А.Г. Теслинов выделяет шесть типов систем развития [7].

1. Динамические системы. В них происходит изменение состояния под воздействием некоторых факторов, что сопровождается какими-либо следствиями.

2. Целенаправленные системы. В них изменение происходит под влиянием встроенной в систему заранее известной цели, по определенным алгоритмам и функциям. В ней есть управляемая и управляющие части, образующие контур управления системы.

3. Спонтанно самоорганизующиеся системы. В них реализуется принцип открытости к внешней среде и стремление к самосохранению за счет изменения энтропии. Процесс самоорганизации происходит стихийно.

4. Системы с детерминированной самоорганизацией. Этот тип системы является развитием предыдущего с тем отличием, что изменения происходят по некоторому заданному (осознанно или неосознанно) устойчивому сценарию.

5. Системы с управляемой самоорганизацией. Самоорганизация происходит в них под воздействием управляющего механизма, который осуществляет наблюдение за развитием, его осмысливанием и выработкой решений по коррекции развития.

6. Системы как самоорганизующиеся целостности. Это системы высших уровней развития с открытой самоорганизацией без конкретных программ эволюции.

На предприятии может иметь место каждый из названных типов систем развития. Важным является организующее действие либо создание условий для изменений со знаком «плюс».

Определение системы тесно связано с проблемой управления, т.е. с организацией движения потоков ресурсов для жизнеобеспечения элементов, составляющих систему «предприятие», в результате решение задач управления определяется наличием некоторого множества возможностей, т.е. разнообразием, свободой выбора, альтернативностью целей.

В работе «Искусственный интеллект и эволюционное моделирование» Л.Фогель, А. Оуэнс и М. Уолш по вопросу о «высших» целях системы считают, что «самосохранение – наивысшая цель в любой наиболее сложной иерархии подцелей, которые может иметь организм, поскольку все подцели направлены на выживание. Множество возможных будущих исходов образуется как комбинация результатов некоторого набора возможных событий. Наилучшим

считается то будущее состояние, которое обеспечивает в рамках имеющейся модели наибольшие гарантии для самосохранения» [8, с.166]. Обеспечить это можно только при сопоставлении системы с внешней средой. Так, целью функционирования предприятия как системы является максимизация прибыли. Из технологического процесса производства не вытекает никакой прибыли. Прибыль появляется из взаимодействия предприятия с внешней средой, из разницы, которую согласен заплатить потенциальный потребитель, и затратами на ресурсы, которые надо приобрести вне системы «предприятие» для организации производства. Интересна позиция П. Друкера. Он считает, что ни результаты, ни ресурсы не существуют внутри бизнеса. И те, и другие существуют вне его. Внутри бизнеса нет центров прибыли, есть только центры расходов. Единственное, что можно сказать с уверенностью о любой деловой активности (будь это конструирование, сбыт, производство и т.д.), это то, что она требует усилий и, таким образом, вызывает необходимость расходов. А вот будут ли результаты, благодаря этой деятельности, – на это остается только надеяться. Результаты не зависят от кого-либо внутри бизнеса или от кого-либо в сфере влияния бизнеса. Они зависят от кого-то, находящегося вне бизнеса – от покупателя при рыночной экономике, от властей при экономике контролируемой. Всегда находится кто-либо вовне, кто определяет, приведут ли усилия данного бизнеса к экономическим результатам или они будут просто напрасно затрачены [4, с.12].

Данное положение указывает на роль внешней среды, на ее индикативную значимость, на то, что прибыль появляется из взаимодействия с внешней средой. В качестве цели здесь значит не предполагаемый результат, а направленность затрачиваемых усилий. П. Друкер подчеркивает тем самым наличие внешних импульсов, заставляющих прилагать усилия, ставить цели.

Критерий совершенствования деятельности организации описывает, таким образом, устойчивость положения системы по отношению к внешней среде. По словам Ст. Бира, система управления не может «обсуждать саму себя», для обсуждения поведения любой системы, описанной в терминах искомого языка, требуется язык более высокого порядка [1, с.220]. Этот язык более высокого порядка (метаязык) нужен для содержательного объяснения поведения системы. Любая система открыта к внешней среде (надсистеме), без которой мотивы своего поведения, свою целеустремленность система объяснить самой себе не может.

Направления и цели совершенствования деятельности меняются исходя из понимания этой направленности ситуативности. В каждый исторический период и в каждой ситуации (конкретном наборе обстоятельств в данный период времени) выделяются те факторы, воздействие на которые позволяет наилучшему достижению целей. В этом заключается экономическая рациональность. Свойства целенаправленности привносятся в систему извне, со стороны внешней среды, хотя ставят и решают их, как правило, внутри системы.

Внешняя среда, как известно, характеризуется высокой степенью динамичности. Поэтому в иерархии целей сам «общественный критерий», находящийся в надсистеме «предприятие», в суперсистеме претерпевает значительные изменения. Помимо высокой степени изменчивости внешняя среда непредсказуема. Кроме того, предприятие внутри себя содержит надсистемы по отношению к составляющим элементам. Поэтому малые экономические системы в рамках тенденции на устойчивость вырабатывают внутренние импульсы развития.

Наличие осознанной целенаправленной деятельности по управлению предприятием не эквивалентно предопределенности всех процессов, происходящих внутри этой системы, для постановки целей эти процессы должны быть определены.

Список литературы:

1. Бир, Ст. Кибернетика и управление производством. Изд. 2-е, доп. / Ст. Бир: пер. с англ. – М.: Наука, 1965. – 220 с.
2. Богданов, А.А. Тектология: (Всеобщая организационная наука). В 2-х кн. /– М., 1989. Кн. 1 – 304 с.; Кн. 2. – 351 с.
3. 84 Винер, Н. Кибернетика: Или управление и связь в животном и машине /Н. Винер. – М.: Наука, 1983. – 344 с.
4. 122 Друкер, П. Управление, нацеленное на результаты /П. Друкер: пер. с англ. – М.: Технологическая школа бизнеса, 1994. – 200 с.
5. Карлофф, Б.Вызов лидеров /Б. Карлофф, С. Седеберг: пер. со швед. – М.: Дело, 1996. – 352 с.
6. Молодчик, А.В. Теория и практика формирования саморазвивающейся организации /А.В. Молодчик. – Екатеринбург: УрО РАН, 2001. – 247 с.
7. Теслинов, А.Г. Развитие систем управления: методология и концептуальные структуры /А.Г. Теслинов. – М.: Глобус, 1998. – С. 58-65.
8. Фогель, Л. Искусственный интеллект и эволюционное моделирование /Л. Фогель, А. Оуэнс, М. Уошл. – М.: Мир, 1969. – С. 166.

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ И ИСТОЧНИКОВ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Шевцова С.Н., ст. преп.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Понятие «региональная конкурентоспособность» стало объектом экономического анализа сравнительно недавно, с 90-х г.г. прошлого века. Оно стоит в одном ряду с такими понятиями, как устойчивость развития, уровень жизни, потенциал роста и т.п.. Исследование содержания этого термина и стоящих за ним явлений лежит в плоскости теорий сравнительных и абсолютных преимуществ, объясняющих успешность того или иного региона в мировой торговле, прочих экономических отношениях, в привлекательности их как партнеров по бизнесу или социальных условий жизни и труда.

Общепризнано, что родоначальником школ, изучающих конкурентные преимущества стран и регионов, является Адам Смит. Именно он определил четыре фактора, обуславливающие разницу в издержках производства, а значит, в ценах: земля, капитал, природные ресурсы, труд. Последователем Смита выступил Давид Рикардо, который ввел понятие сравнительных преимуществ, являющихся результатом более высокой производительности и специализации стран.

Школы шведских ученых Э.Хекшера и Б.Олина (XX век) базировались на обеспеченности стран четырьмя ключевыми факторами и наличии избыточности их. Это обстоятельство и определяет, по мнению Хекшера и Олина, экспортную ориентацию стран, основанную на их преимуществе в производстве того или иного типа товара – материалоемкого, трудоемкого, капиталоемкого, землеемкого.

Василий Леонтьев, однако, опроверг эту теорию, составив межстрановой и межотраслевой баланс и показав на примере, что научно-технический прогресс приводит к несостоятельности выводов о ведущей роли избыточности экономических факторов и их прямой связи со специализацией на внешнем рынке. Так США, например, относясь к землеизбыточным странам, к концу XX века стали преимущественно производить товары интеллектуалоемкие, где высока степень умственного, живого труда, а не земли.

Сравнительный анализ школ, изучающих природу страновой и региональной конкурентоспособности, дан, в частности, в работах И.В. Пилипенко. Он указывает на три ведущих направления:

- американская школа, фундаментом которой выступает концепция и исследования М.Портера;
- британская школа, расширившая портеровский подход;
- скандинавская школа, основывающая свои положения на инновациях и обучении.

По М.Портеру [1], акцент в исследовании факторов конкурентоспособности стран и регионов следует делать не на сравнительных, а на конкурентных преимуществах: «благополучие создается, а не наследуется». Таким образом, он проводит различие между сравнительными и конкурентными преимуществами. Единственная роль руководства страны в этом случае – создание адекватной пространственной структуры для проявления самостоятельности и активности хозяйствующих субъектов в рыночной борьбе, проведение соответствующей для этого политики со стороны властей, законодательства.

Условия эти можно свести к четырем детерминантам:

- стратегия роста и конкуренции;
- высокий уровень жизни и спрос;
- критическое число фирм, способных генерировать инновации;
- родственные и поддерживающие отрасли, кластеры.

При этом неважно, являются ли фирмы «своими» или привлеченными – то есть, филиалами иностранных компаний.

Интересна также классификация факторов РК И.М. Лифица [2]. Она содержит следующие принципы классификации:

- сфера действия факторов (макро- микро);
- происхождение (природные и искусственные);
- специализация (общие, специальные);
- интенсивность воздействия (значимые и незначимые);
- характер воздействия (положительный, отрицательный);
- по типу конкурентного преимущества (операционный, стратегический).

Поясним те из них, которые требуют уточнения. К специализированным относятся такие факторы, которые могут быть использованы только в одной конкурентной отрасли или сфере деятельности. Это, в частности, специализированные научно-исследовательские центры, контингент специалистов, особые отраслевые структуры и технологии.

Однако важно заметить, что синергия, то есть, соединение с приращением общих и специализированных факторов может дать

уникальное конкурентное преимущество региону, практически не поддающееся копированию.

Большое значение для региональной и национальной конкурентоспособности, помимо указанного, имеет имидж страны. По какому принципу, например, выбирается страна или регион для туризма, сложно сказать. Но обратим внимание, что сегодня около 60% всех международных поездок приходится на страны ЕС, особенно на Францию, Италию, Испанию. Доверие – один из важнейших компонентов конкурентоспособности стран, регионов, территорий. Оно позволяет воспринимать информацию без барьеров, быстро и эффективно ее распространять и использовать. Б. Лундвалем [3] доказано, что инновации получают трансфер гораздо быстрее в малых странах, где члены сообщества доверяют друг другу, где есть осознание исторической и культурной общности и взаимопонимания.

Имидж складывается постепенно, исторически, но далеко не у всех стран и регионов он однозначно положителен. Во-первых, существуют различия в менталитете, характере, гостеприимности и пассионарности у населения разных местностей, что отмечалось еще Л.Гумилёвым. Иногда имиджу мешает политика, идеология. Во-вторых, имидж может быть слабовыраженным, «никаким», что в свою очередь связано со слабым продвижением и рекламой преимуществ той или иной области. В этой ситуации задача управления имиджем – отделить в сознании потребителя, инвестора или туриста положительные черты региона от отрицательных.

Далее, поскольку страны находятся на разных ступенях развития, то и национальная, и региональная конкурентоспособность существенно зависит от степени развития тех факторов, которые определяют уровни [4]:

– доиндустриального общества или традиционной экономики с преобладанием «первичной» сферы экономической деятельности, аграрной, добывающей и пр.;

– индустриального общества с доминированием «вторичной» сферы экономики, т.е. промышленности, с преобладанием обработки и переработки сырья и материалов;

– постиндустриального общества с преобладанием «третичной», то есть, интеллектуально-информационной деятельности, где создаются основные ценности, знания и открытия.

Соответственно источники РК лежат в плоскости этой градации, и определяются ведущими факторами той или иной эпохи в развитии общества. На первой стадии конкурентоспособность зависит от наличия

природных ресурсов и полезных ископаемых, плотности населения, от климата, ландшафта и прочих географических особенностей, а также от умения мобилизовать эти факторы и назначать выгодную, но не высокую в сравнении с конкурентами экспортную цену.

На второй стадии конкуренция осуществляется на уровне инвестиционной политики, ее эффективности по отношению к промышленности и ее росту. Здесь всё определяется силой ведущих отраслей, их экспортной ориентацией, кластерами и точками роста, устойчивостью, интеграцией, новыми формами организации труда и производства, быстрым развитием технологий, причем часто на базе их имитаций.

На третьей стадии страна переходит от импорта технологий к их созданию, и ее конкурентоспособность прямо коррелирует с высоким уровнем образования, интеллекта нации, творческого настроя, а, следовательно, со способностью к генерированию и восприятию инноваций. Для этого необходима такая предпосылка конкурентоспособности, как современная опытно-конструкторская база, экспериментальные структуры, инновационный малый и средний бизнес, внедренческие зоны, технопарки и т.п.

Интересно, что М.Портер [1] выделял и четвертую стадию – конкуренцию богатством. Речь идет о странах, имеющих высокий доход на душу населения за счет перераспределения национального богатства и сверхприбылей. Здесь происходит социализация экономики, расслабляюще действующая на предпринимательскую активность. Однако при этом растет социальный капитал.

Один из важнейших вопросов для исследования содержания понятия «региональная конкурентоспособность» и выработки на этой основе механизмов по ее управлению – это установление факторов, ее определяющих, иными словами, тех сил, которые порождают экономические преимущества – абсолютные или относительные. Исследование обнаруживает существование несколько методических подходов к выявлению таких факторов.

Согласно теории маркетинга и стратегического менеджмента, ключевые факторы успеха или конкурентные преимущества определяются по их важности для потребителя и (или) партнера. В каждой группе существуют свои требования и соответственно факторы, детерминирующие степень их удовлетворенности предоставляемыми им благами и ценностями. Это могут быть не только традиционные товары, но и жизненные условия, окружающая среда, услуги, деловая или иная атмосфера и т.д. Кроме того, маркетинговый подход выделяет

и использует такие понятия, как региональный товар (продукт), целевые рынки, позиционирование региона и пр.

Существует также аналитический подход, называемый «регион-квазифирма», который проводит параллель между регионом и предприятием – с помощью модели выясняется, за счет чего может быть обеспечена высокая конкурентоспособность. Ведущая парадигма здесь – региональное саморазвитие и самоорганизация. Исходя из этого, регион должен использовать все инструменты производственного и финансового менеджмента – стратегическое управление, формирование регионального имиджа, регионально-корпоративной культуры, самоменеджмент, аудит региона, консалтинговые и PR-технологии, формирование информационных и социальных сетей. Такой подход («регион-квазифирма») более отвечает новым реалиям, и кроме того, существенно расширяет деловой кругозор региональной власти и управления, поскольку они вынуждены изучать и применять аппарат стратегического корпоративного управления и маркетинга.

С этим подходом во многом перекликается методология исследования РК, при которой регион рассматривается как предприниматель. Он дает возможность выявить ключевые компетенции и факторы, влияющие на предприимчивость, коммерческую креативность, умение завязывать нужные связи и находить рынки сбыта. Специалисты полагают, что одной из эффективных форм регионального предпринимательства выступает стимулирование властями привлечения крупных компаний на свою территорию, чтобы создавались новые рабочие места и увеличивалась налоговая база. Развитие базируется на организации широкого числа кооперативных институтов и социальных организаций – в противовес управленческой иерархии.

Следует помнить, что РК – комплексное, многофакторное понятие, а это означает, что ни один самый укрупненный показатель не может в полной мере отразить ее как интегральную характеристику деятельности и развития региона.

Список литературы:

1. *Портер, М.* Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / М. Портер. — М. : Международные отношения, 1993. — 895 с.
2. *Лифиц, И. М.* Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. — М.: Юрайт-Издат, 2004. — 335с.
3. *Lundvall, B.A.* National Systems of Innovation. Pinter, London. 1992.

4. *Гукасян, Г. М.* Экономическая теория: проблемы «новой экономики» / Г. М. Гукасян. — СПб.: Питер, 2003. — 192 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Шекшуев А.А., ст. преп.

Харьковская национальная академия городского хозяйства

Общественно-политические преобразования в Украине последних лет дали импульс формированию местного самоуправления как принципиально нового для украинской политической системы института. Идея необходимости этого института для развития правового государства, гражданского общества уже начинает усваиваться общественным сознанием, но продолжает дискутироваться вопрос о природе и сущности самого феномена местного самоуправления, а также о конкретных формах его реализации в государстве. Создание эффективно действующей модели местного самоуправления является актуальным для Украины еще и потому, что за годы независимого развития в стране так до сих пор и не разработана модель организации власти на местах, которая была бы адекватной современным украинским условиям. Актуальность выбранной темы подтверждается значительным объемом работ таких исследователей, как Агранофф Р., Бабинова Е., Бабун Р.В., Бубенко П.Т., Гец В.М., Ищенко А.Н., Мельник А.Ф., Монастырский Г.Л., Саенко Ю., Семиноженко В.П. и др. [1-8].

Целью данной статьи является рассмотрение перспектив развития институтов местного самоуправления в жизни общества.

Одной из объективных причин необходимости существования в современном государстве института местного самоуправления является наличие разногласий на местах между интересами государства и интересами определенной общины. Институт местного самоуправления призван согласовать эти разногласия.

Местное самоуправление создает необходимые условия для приближения власти к населению, формирует гибкую систему управления, хорошо приспособленную к местным условиям и особенностей территории, способствует развитию инициативы граждан.

Выделяют три основные теории, которые пытаются дать ответ на вопрос о характере власти, которую территориальная община осуществляет самостоятельно и непосредственно или через органы местного самоуправления:

- государственную теорию;
- теорию общин;

- теорию муниципального дуализма.

На практике эти теории не существуют в чистом виде. В анализе процесса функционирования местного самоуправления той или иной страны может идти речь только о преобладании определенных элементов одной из теорий.

Процесс развития институтов местного самоуправления в современном государстве не стоит на месте. Например, Р.Агранофф дает определение местного самоуправления «как формы децентрализации, служащей механизмом широкого привлечения граждан к участию в управлении, решении публичных проблем, т.е. собственно к осуществлению демократии как власти народа для формирования гражданского общества» [1].

Институт местного самоуправления прошел несколько этапов и имел различные степени проявления, начиная с Магдебургского права [1]. Свое возрождение местное самоуправление получило в начале 90-х г.г. XX века.

Новые подходы опираются на нормативное определение, содержащееся в Европейской хартии местного самоуправления [10].

Европейская хартия предусматривает, что основные принципы местного самоуправления должны быть признаны в национальном законодательстве и по возможности в Конституции. Их суть заключается в том, что:

- местное самоуправление составляет одну из основ любого демократического строя;

- право граждан участвовать в управлении публичными делами является общим демократическим правом и непосредственно может быть реализовано на местном уровне;

- с целью обеспечения эффективного и приближенного к гражданам управления должны быть созданы органы местного самоуправления, наделенные реальной властью;

- органы местного самоуправления должны быть созданы демократическим путем, иметь широкую автономию и принимать властные решения;

- местные органы власти должны обладать соответствующими ресурсами, достаточными для осуществления соответствующих задач и функций;

- права территориальных общин и органов местного самоуправления должны быть надежно защищены.

Правовая самостоятельность заключается в том, что местное самоуправление имеет свои собственные полномочия, в пределах которых его субъекты действуют самостоятельно и несут ответственность за свою деятельность в соответствии с законом. Эти полномочия должны быть полными и исключительными.

Под организационной самостоятельностью следует понимать то, что территориальные общины и их органы не являются слагаемыми государственного аппарата. Территориальные общины, согласно Хартии, имеют право сами определять свою структуру так, чтобы она соответствовала местным условиям и не нарушала законодательства.

Материально-финансовая самостоятельность означает право территориальных общин и органов местного самоуправления на владение, пользование и распоряжение имуществом, находящимся в коммунальной собственности, а также собственными финансовыми средствами, достаточными для осуществления необходимых полномочий.

В начале XXI века начала формироваться новая концепция местного самоуправления, согласно которой предоставление некоторых публичных услуг передается бизнесу или неправительственным организациям.

В Украине система местного самоуправления развивается достаточно противоречиво. С одной стороны, есть примеры эффективного «общения» местной власти с населением. Например, общественные слушания четко определены в национальном законодательстве и успешно функционируют.

В то же время, в стране существует ряд проблем на пути к полноценному самоуправлению территориальных общин:

1. Демократическая система самоуправления, непосредственно представляющая интересы территориальных общин, не функционирует эффективно. Механизмы защиты интересов территориальных общин нуждаются в конституционном закреплении.

2. В Украине, как и раньше, остается нерешенной проблема четкого определения и разграничения функций и обязанностей местного самоуправления и местных исполнительных органов, принцип subsidiarity власти в полной мере не функционирует.

3. Новый Бюджетный Кодекс Украины разрешил органам местной власти проводить более независимую налоговую политику, однако это не решило все местные финансовые проблемы, в том числе, не обеспечило реализацию права на финансовую независимость.

Существующие проблемы являются следствием исторического развития государства. Наличие некоторых проблем - негативный момент, но он одновременно побуждает власть к действиям. Желание улучшить положение, наладить работу местных советов, разработать концепцию региональной политики свидетельствует о понимании центральной властью существующих проблем.

В современных демократических странах главной проблемой внутренней политики является обеспечение равновесия между проведением единой общегосударственной политики и необходимостью выражать интересы различных слоев населения. Правительство должно предоставлять общественные услуги населению по единым стандартам. Вместе с тем необходимо обращать внимание на различия социально-экономических, культурных, географических, демографических и других характеристик различных регионов. Общей тенденцией решения этой проблемы является децентрализация власти.

Список литературы:

1. *Агранофф, Р.* Огляд європейських традицій місцевого самоврядування/ Р. Агранофф [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pdp.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=976:138-a5.
2. *Бабінова, О.* Місцеве самоуправління в Україні: стратегічні пріоритети та проблеми реалізації // Проблеми місцевого самоуправління 2010. - № 39. С. 15-26 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.samoupravlenie.ru/39-02.php>
3. *Бабун, Р. В.* Организация местного самоуправления: учеб. Пособие /Р.В. Бабун. – СПб.: Питер, 2005. – 192 с.
4. *Бубенко, П. Т.* Інституційна динаміка просторової організації економічного розвитку / П.Т. Бубенко. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 295 с.
5. *Гесць, В. М.* Інноваційні перспективи України / В.М. Гесць, В.П.Семиноженко. – Харків: Константа, 2006. – 272 с.
6. *Іщенко, О. М.* Місцеве самоврядування: світовий досвід та особливості української моделі /О.М. Іщенко. – К.: Вища школа, 2010. – 602 с.
7. *Мельник, А. Ф.* Інституційні бар'єри впровадження спеціального економічного інструментарію муніципального менеджменту в діяльність органів місцевого самоврядування / А.Ф.Мельник, Г.Л. Монастирський // Вісник ТННР – 2004. - №4. – С. 3-21.
8. *Саєнко, Ю.* Місцеве самоврядування в Україні: проблеми і прогнози / Ю. Саєнко, В.Ткачук, Ю.Привалов – К. Наукова думка, 2010. –148 с.
9. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=280%2F97-%E2%F0>.

10. Європейська Хартія про місцеве самоврядування: муніципальні фінанси в країнах – членах Ради Європи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=994_036
11. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=254%EA%2F96-%E2%F0>.

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В УКРАИНЕ И ХАРЬКОВСКОМ РЕГИОНЕ

Штефан С.И., ст. преп.

Харьковская национальная академия городского хозяйства

Сфера услуг на этапе постиндустриальной цивилизации выполняет те же функции, что и промышленность, а именно – создание рабочих мест, обеспечение поступлений в бюджет, привлечение инвестиций в экономику. Кроме того, туризм способствует налаживанию межнациональных контактов и интеграции стран в мировой экономике. Предприятия туристской индустрии привлекают внимание инвесторов, обеспечивая быструю окупаемость капитальных вложений. Туризм занимает важное место в экономике большинства стран и в мировой экономике в целом.

Туризм – одна из самых быстроразвивающихся отраслей мировой экономики. На сегодняшний день его доля в мировой торговле услугами составляет более 30 %, а ежегодный рост инвестиций в индустрию туризма составляет около 35 % [2]. О потенциале развития туризма в какой-либо стране можно судить по количеству имеющихся на ее территории туристических ресурсов. К современным факторам развития международного туризма (МТ) относятся политическое (мирное) сосуществование населения на большей части планеты, поддержка государственных органов в большинстве стран, развивающих МТ, рост общественного богатства, сокращение рабочего времени, развитие транспорта, совершенствование уровня общественного сознания. Демографические факторы представлены ростом средней продолжительности жизни, повышением уровня урбанизации, т.е. роста городского населения. В настоящее время международный туризм в постиндустриальном обществе фактически становится основой глобального стиля жизни.

Целью развития туризма в Украине является создание продукта, конкурентоспособного на мировом рынке, который может максимально удовлетворить туристические потребности населения страны, обеспечить на этой основе комплексное развитие территорий и их социально-экономических интересов при сохранении экологического равновесия и историко-культурного наследия.

Ресурсная база Украины имеет уникальный курортный и туристический потенциал, способный обеспечить дальнейшее развитие

национального курортного и туристического продукта и выход его на международный рынок.

Однако в Украине развитие туризма осуществляется очень медленно. Существующая нормативно-правовая база, регламентирующая туристическую деятельность, не является законченной и совершенной.

Основными причинами, которые тормозят развитие туризма являются:

- отсутствие целостной системы государственного регулирования туризма в регионах;
- подчинение учреждений размещения туристов, санаторно-курортных, оздоровительных и рекреационных учреждений различным министерствам и ведомствам, а также другим органам исполнительной власти;
- нечеткое определение в законодательстве принадлежности предприятий гостиничного хозяйства к предприятиям, которые предоставляют туристические услуги;
- медленные темпы роста объемов инвестиций в развитие материальной базы туризма;
- несоответствие подавляющего большинства туристических учреждений, которые постепенно приходят в упадок, международным стандартам и требуют значительных инвестиций;
- недостаточное обеспечение туристической отрасли высококвалифицированными специалистами;
- недостаточность государственной поддержки и комплексного подхода к рекламированию национального туристического продукта на внутреннем и международном рынке туристических услуг;
- недостаточность методической, организационной, информационной и материальной поддержки субъектов предпринимательства туристической отрасли со стороны государства;
- тенденция сокращения количества предприятий гостиничного хозяйства;
- высокие налоги;
- неудовлетворительное состояние туристической, сервисной и информационной инфраструктуры в зонах автомобильных дорог и международных транспортных коридоров.

Для решения выделенных проблем необходима программа реформирования туристической индустрии и перехода ее к устойчивому развитию, в которую должны входить следующие элементы:

- совершенствование существующей законодательной базы и создание эффективных механизмов ее реализации;
- подготовка квалифицированных специалистов;
- развитие и внедрение финансово–экономических механизмов обеспечения устойчивого развития туризма как приоритетного направления;
- развитие инфраструктуры рынка.

Особо остро стоит проблема инфраструктурного обустройства территории Украины, которая может быть решена только благодаря инвестированию в ее развитии больших средств, в том числе со стороны центральной и местных властей.

Развитие национального туризма невозможно на основе только рыночных механизмов, поскольку туризм не только экономическое явление, но и глубоко социальное, духовное и культурологическое. Поэтому нужна государственная политика развития туризма в Украине. Важной является необходимость создания механизмов содействия строительству новых и реконструкции существующих объектов туристической и курортной инфраструктуры. Необходимо формирование системы центров туристической информации — элемента туристической индустрии, создание туристических представительств за рубежом [1].

Особое внимание хотелось бы уделить сложившейся ситуации в Харькове, поскольку он является одним из крупнейших исторических центров Украины, имеет богатую историю, развитую инфраструктуру, сеть автомобильных и железных дорог. Наличие аэропорта делает возможным связь Харькова с другими городами Украины и мира.

Развитие туризма городские власти рассматривают как одну из неперенных составных частей мероприятий по подготовке Харькова к проведению матчей финального чемпионата Европы 2012 года по футболу. Разработана официальная концепция развития туризма в Харькове на 2008–2012 годы [3].

Разработчики концепции считают, что конкурентоспособная туристическая индустрия должна обеспечить экономическое развитие города. Наплыв потока туристов, создание новых рабочих мест и городские доходы взаимозависимы: предполагается увеличение налоговых поступлений в бюджет, улучшение уровня жизни людей за счет роста занятости в туристической индустрии, сохранение и реконструкция историко-культурного наследия города.

У Харькова есть сильные стороны, позволяющие развивать туризм: мегаполис имеет уникальные возможности сформировать наиболее перспективные виды туризма. Город богат историческим наследием: Харьков входит в состав Лиги исторических городов Украины. Согласно статистическому анализу, развит в Харькове и историко-культурный туризм — экскурсионный интерес к памятникам истории и культуры проявляют как соотечественники, так и иностранные гости.

Однако приоритетным в нашем городе считается деловой туризм, связанный с наличием в городе центров административного и бизнес-управления. Базой для развития делового туризма служат международные конгрессы, симпозиумы, семинары, выставки, ярмарки, фестивали. Есть потенциал и для проведения международных соревнований по разным видам спорта. Деловой туризм считается наиболее перспективным, но развивается он пока не за счет оказания специализированных услуг (организации деловых коммуникаций, корпоративных мероприятий), а за счет бронирования билетов и экскурсионного обслуживания. По мнению экспертов, город может специализироваться в этом сегменте рынка. Для этого Харькову предстоит разрешить множество проблем по реформированию рынка.

Таким образом, анализ данной проблемы позволяет сделать вывод, что для осуществления стратегии развития туризма в нашем регионе необходимы, прежде всего, перераспределение капитальных инвестиций в пользу этой сферы, повышение эффективности использования этих ресурсов, консолидация всех сил для развития эффективной и высокотехнологичной инфраструктуры, а также повышения конкурентоспособности туристических услуг. В современных условиях развития рыночного механизма в Украине экономический потенциал страны и ее регионов наполняется новым, более глубоким смыслом, а зависимость дальнейшего устойчивого социально-экономического развития регионов от эффективной реализации имеющихся ресурсов является фундаментальной в удовлетворении возрастающих социальных потребностей населения.

Список литературы:

1. *Шуцкий, А.* Привлечение иностранных инвестиций // Вопросы экономики. – 2008. - №5. - С. 54–58.
2. www.wikipedia.org/wiki/Туризм.
3. Официальный сайт Харьковского городского совета: www.city.kharkov.ua/ru.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К МОДЕЛИРОВАНИЮ БИЗНЕСА КОМПАНИИ

**Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.,
Козлова Н.В., канд. экон. наук, доц.**

*Белгородский государственный
технологический университет им. В.Г. Шухова*

Сегодняшний кризис – это не только угрозы банкротства, но и шанс для многих компаний значительно усилить свои позиции на рынке, используя недоступные ранее стратегические возможности, сформировав обновленную бизнес – модель. Для того чтобы использовать данный шанс на все сто процентов, необходимо понимать, что такое «бизнес-модель», применительно к компании и как ее перестраивать в условиях кризиса, чтобы бизнес стал более гибким, устойчивым и открытым для использования новых возможностей. Интерес к бизнес-моделям компаний за рубежом последние полтора десятилетия рос по экспоненте. Об этом свидетельствуют и результаты исследований, проведенного А. Osterwalder (2011), в котором анализировалось количество публикаций о бизнес-моделях в деловых и научных журналах.

Примечательным является и тот факт, что, несмотря на популярность темы, разброс мнений относительно того, что же понимается руководителями под термином «бизнес-модель» более, чем широк.

Обобщая подходы к определению бизнес-моделей, следует отметить, что наибольшие различия в трактовке термина «бизнес-модель» возникают у менеджеров, ориентированных на технологию, и у менеджеров, ориентированных на бизнес. Это, очевидно, связано с различиями в фокусе внимания при определении бизнес-модели у технологически-ориентированного и у бизнес - ориентированного персонала. Первые рассматривают деятельность любой компании с точки зрения процессов и технологий – фокус их внимания направлен внутрь компании. Вторые, напротив, ориентированы на ценность, которую компания создает для внешних клиентов, и на результаты бизнеса.

Исходя из этого, большинство определений термина «бизнес-модель», которые дают специалисты, могут быть разделены на две категории:

- 1) ориентированные на ценность/клиента (подход, направленный на внешнее окружение организации);
- 2) ориентированные на процессы/роли (подход, направленный внутрь организации).

Приведём несколько определений бизнес-моделей, относящихся к первой категории, итак:

- модель бизнеса – это то, как компания выбирает потребителя, формулирует и разграничивает свои предложения, распределяет ресурсы, выстраивает бизнес-процессы, определяет, какие задачи она сможет выполнить своими силами и для каких придется привлекать специалистов со стороны, выходит на рынок, создает ценность для потребителя и получает от этого прибыль. Компании могут предлагать продукты, услуги или технологии, но это предложение основывается на комплексной системе действий и взаимоотношений, которая представляет собой бизнес-модель компании;
- бизнес-модель – это представление о том, как и каким образом организация «делает деньги». Бизнес-модель описывает ценность, которую организация предлагает различным клиентам, отражает способности организации по её созданию, перечень партнеров, требуемых для создания, продвижения и поставки этой ценности клиентам, отношение к капиталу, необходимый для получения устойчивых потоков дохода;
- бизнес- модель компании – это способ, который компания использует для создания ценности и получения прибыли.
- В рамках бизнес-модели отображаются все бизнес - процессы, правила выполнения операций, существующая стратегия развития, а также критерии оценки эффективности функционирования системы. Форма представления бизнес-модели и уровень ее детализации определяются целями моделирования и принятой точкой зрения. При определении бизнес-модели набор признаков, определяющих содержание данного термина, может быть достаточно широким. Однако с нашей точки зрения ключевыми элементами бизнес-модели любой компании, определяющими ее содержание, являются:
- ценность для внешних клиентов, которую предлагает компания на основе своих продуктов и услуг;
- система создания этой ценности, включающая поставщиков и целевых клиентов, а также цепочки создания ценности;
- активы, которые компания использует для создания ценности;

- финансовая модель компании, определяющая, как структуру ее затрат, так и способы получения прибыли.

Еще один существенный аспект определения бизнес-модели связан с тем, что последнюю часто путают со стратегией, подменяя одно понятие другим, либо включая стратегию как один из компонентов в состав бизнес-модели. Подобная путаница вызвана тем, что бизнес-модель тесно связана со стратегией, но не тождественна стратегии. Взаимосвязи между бизнес-моделью и стратегией можно проиллюстрировать с помощью «уравнения ценности», предложенного М. Levy:

$$V=MS, \quad (1)$$

где, V = Value (ценность),
M = Model (бизнес-модель),
S = Strategy (стратегия).

Данное уравнение предполагает, что компания должна определить лучшие бизнес-модели для реализации стратегии, направленную на создание ценности для клиентов и других заинтересованных лиц.

Типичными вариантами применения бизнес-моделей, как мы полагаем, являются:

- оценка и анализ эффективности бизнеса компании в сравнении другими аналогичными компаниями;
- оценка потенциала и инвестиционной привлекательности бизнеса компании в будущем;
- оптимизация бизнеса компании с точки зрения стратегии и с точки зрения максимизации и удержания ценности, которую компания создает для клиентов и других, заинтересованных в ее бизнесе лиц.

Акцентируем внимание на том факте, что бизнес-модели можно классифицировать:

- по масштабу инвестиций, произведенных для поддержки бизнес-модели;
- по степени открытости бизнес-модели.

Анализ практики бизнеса разработки и реализации бизнес-моделей показывает, что бизнес-модели могут создаваться:

- для определенного продукта или услуги (группы однородных продуктов/услуг);
- для компании в целом;
- для группы компаний или холдинга.

Подведя итог вышеизложенному, можно констатировать следующее:

- 1) Главное назначение бизнес-модели — дать целостную картину жизнедеятельности бизнес-организации, согласовать разные точки зрения на постоянно развивающийся и меняющийся бизнес, обеспечить взаимопонимание на всех уровнях бизнес-организации, преодолеть разрыв между стратегическим видением бизнеса (в самом широком понимании этого слова) и практической его реализацией.
- 2) Ценность бизнес-модели определяется тем, в какой степени она помогает отвечать на актуальные вопросы, стоящие перед организацией, насколько реально затрагивает каждое структурное подразделение, каждого сотрудника организации.
- 3) Создание, внедрение и поддержка бизнес-модели — дорогостоящий инвестиционный проект. И как любому проекту, созданию бизнес-модели должен предшествовать анализ целесообразности и возможности его осуществления.
- 4) Применение неэффективных бизнес-моделей и неповоротливость при определении новых бизнес-моделей, медлительность при переходе к ним могут привести многие компании к существенным финансовым потерям и утрате возможности остаться в бизнесе в принципе.
- 5) Бизнес-модель - это формализованное (графическое, табличное, текстовое, символическое) описание бизнес-процессов. Основная область применения бизнес-моделей - это реинжиниринг и реструктуризация бизнес-процессов и отношений.
 - 6) Имея модель бизнеса, все его бизнес-процессы, ориентированные на конкретную цель, компания открывает возможность его совершенствования. Анализ бизнес - организации как модели - это обоснованный способ ответа на вопрос, что необходимо и достаточно для достижения конкретной поставленной цели.
 - 7) Модель бизнеса позволяет предвидеть и минимизировать риски, возникающие на различных этапах текущего бизнеса либо же его реорганизации.
 - 8) Модели бизнеса для компаний специализирующихся в производственной сфере имеют полярное отличие от моделей, используемых в непромышленном секторе экономики.

Список литературы:

1. *Антонец, В. А.* Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок / В. А. Антонец, Н.

- В. Нечаева, К. А. Хомкин, В. В.Шведова. Изд-во: Дело Академия народного хозяйства, 2009г.
2. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. Роберт Каплан, Дейвид Нортон. М., Олимп-Бизнес, 2006 г.
 3. *Харитонова, Г. В.* Использование бизнес-моделей при управлении компанией в условиях кризиса / Г. В. Харитонова, А. С. Климчук // Транспортное дело России-2009. – № 6
 4. Бизнес-модели компаний: определение, эволюция, классификация. А.Ю.Сооляттэ. www.finexpert.ru.
 5. Бизнес-модель компании: разработка и описание. А.Ю. Сооляттэ. www.finexpert.ru.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В СОВРЕМЕННОЙ АГЕНТО- ОРИЕНТИРОВАННОЙ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

**Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.,
Лесовая С.Л., соискатель**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Необходимость инновационного развития предприятий и отраслей экономики провозглашается уже второе десятилетие. Сформированы отдельные положения инновационного менеджмента, теории инноватики, практические рекомендации по внедрению и продвижению инноваций. Авторы, исследующие эту проблему, многочисленны и известны. И это вполне объяснимо – тем, что без инноваций невозможно обеспечение устойчивой конкурентоспособности организаций, регионов, стран.

Но проблема в том, что по сравнению с условиями конца XX века сегодня существенно изменилась не только система отношений на региональных и межстрановых рынках, но и методы конкуренции, сместились акценты в ней, появились новые, не применявшиеся ранее стратегии – партнерства, создания кластеров, новые системы сбыта и продвижения, новые социальные технологии. Можно констатировать, что целостной концепции разработки инновационной стратегии в условиях новых конкурентных сил, которая давала бы возможность развития организации, отрасли или региона как устойчивой в длительном периоде, саморазвивающейся и саморегулирующейся системы в настоящее время не имеется.

Задача данной статьи – выявить особенности инновационных стратегий в условиях новейшей конкурентной среды, агенто-ориентированной, глобализирующейся, всё шире использующей сетевые методы организации производства и сбыта, особенно новой продукции, товаров-новинок. Это позволит усовершенствовать подходы к формированию стратегий отечественных предприятий.

Одной из особенностей является неявность экономических циклов, которые слабо просматриваются и прогнозируются. Одна научно-техническая революция следует сразу же за другой, и времени на подготовку к ней у бизнеса практически нет. Это значит, что инновации должны носить перманентный характер.

Вторая особенность состоит в информатизации и виртуализации экономики. Здесь можно отметить электронное правительство, которое является частью электронной экономики, электронное государство, являющееся субъектом электронной экономики, электронные деньги, информационное общество, одно окно, справочно-информационный портал государственных услуг Российской Федерации — «Государственные услуги» и т.д. Если учитывать массовый перенос документов и коммуникаций на цифровые носители (в России для электронного документооборота принят стандарт цифровой подписи), то вполне логичным представляется перенос коммуникаций с государством на электронную платформу [4].

Еще одной особенностью, вытекающей из этого, представляется невероятно растущая значимость различных инновационных процессов в деловом партнерстве, что отмечается и исследуется в ряде наиболее серьезных работ, в частности Льюиса. Большая часть его работы посвящена характеристике особенностей культур 14 ведущих стран мира, представляющих все континенты. По каждой стране предлагается набор практических рекомендаций. Они позволяют предвидеть и учитывать реакцию и возможные варианты поведения людей, и важны для управления многонациональными коллективами, ведения переговоров, заключения сделок и в целом для формирования успешного долгосрочного сотрудничества. Его работа является практическим руководством по общению с представителями различных культур и стран [2].

Однако методы оценки и разработки экономических стратегий еще слабо учитывают этот фактор – фактор выбора и использования инновационного сотрудничества, его уникальных и прогрессивных форм [5].

Вывод: необходимы инновационные стратегии, основанные на различных формах партнерства, которые учитывают компьютеризацию и визуализацию экономики, также стоит учитывать значимость инновационных процессов в деловом партнерстве. Формы делового партнерства могут быть самые разнообразные: стратегические альянсы, частно-государственное партнерство и другие.

В том числе, могут быть весьма эффективными инновационные стратегии совместного с зарубежным предпринимательства.

Например, это можно осуществлять в рамках особых экономических зон — территорий, которые государство наделяет особым юридическим статусом и экономическими льготами для

привлечения российских и зарубежных инвесторов в приоритетные для России отрасли [1]. Их развитие позволяет укреплять взаимодействие, обогащать формы и опыт сотрудничества, находить их новые способы за счет культурного взаимопроникновения и синергии.

Список литературы:

1. [Федеральный закон РФ от 22 июля 2005 г. N 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в РФ» \(в ред. Федерального закона от 03.06.2006 N 76-ФЗ\)](#)
2. *Льюис, Р.Д.* Деловые культуры в международном бизнесе: от столкновения к взаимодействию / Р.Д. Льюис. – М., 1999.
3. *Сурин, А.В.* Инновационный менеджмент: учеб. / А.В. Сурин, О.П. Молчанова. – М.: ИНФРА – М, 2008. – 368 с.
4. *Тедеев, А.А.* Электронное государство / А.А. Тедеев, В.Е. Усанов. – М.: ЭЛИТ, 2008. – 312 с.
5. *Щетинина, Е.Д.* Методические подходы к оценке конкурентных стратегий / Е.Д. Щетинина, А.А. Архипенко // В сборнике «Белгородский экономический вестник». – 2008, №1, с. 40-43.

ФОРМИРОВАНИЕ СПЕЦИФИЧЕСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ РЕСУРСОВ

**Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.,
Панченко С.О., аспирант**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Прочное рыночное положение и соответственно, финансовая устойчивость, высокий экономический и социальный статус ведущих корпораций есть результат их конкурентоспособности, которая формируется за счет особых или специфических ресурсов, отличных от других участников рынка и, особенно, конкурентов. В данном случае речь идёт о нематериальных, невидимых ресурсах, которые присущи интегрированным структурам, целенаправленно накапливающим такого рода ресурсы. Специфический корпоративный ресурс (СКР) – это, на наш взгляд, такие свойства, навыки и умения коллектива, которые носят синергетическую природу, тесно связаны с интеллектуально-психологическими и культурными факторами восприятия и поведения – как производителя (группы производителей-партнеров, включая посредников), так и потребителя. Несмотря на то, что СКР имеют нетрадиционный вид и особую форму, в конечном счете они реализуются в традиционных рыночных преимуществах - в качестве и цене продукции, ее сервисе. Одна из важнейших задач управления в этом случае сводится к формированию, закреплению и поддержанию СКР в процессе целенаправленной и постоянно осуществляемой деятельности предприятия. Эта задача носит, таким образом, стратегический характер и требует определенного, достаточно внимательного к себе отношения и научно-практического обоснования. Методология менеджмента СКР развита еще недостаточно – в силу относительно недавнего появления самого термина и вычленения этих ресурсов из других. Некоторые подходы к решению этих серьезных вопросов намечены в русле управления нематериальными активами и интеллектуальным капиталом, но, во-первых, СКР и нематериальные активы – это не всегда одно и то же, во-вторых, эти подходы связаны с конкретными производствами и применимы не для всех видов СКР.

Управление СКР включает те же функции, что и управление другими ресурсами – трудовыми, материально-техническими, финансовыми. Однако здесь неизбежна и их специфика – в части анализа состояния таких ресурсов, контроля за их накоплением,

использованием и восстановлением. Полный управленческий цикл здесь не всегда возможен, в частности, точный учет СКР.

Какие же ресурсы или активы следует относить к СКР?

Одним из давно известных СКР является *деловая репутация*. В нынешних условиях предпринимательской деятельности репутация становится ключевым элементом, так называемого гудвилла компании. Гудвилл – это сумма, на которую покупная цена компании превышает справедливую стоимость её активов. По сути, это премия, которую одна компания готова платить за приобретение другой. Деловая репутация может быть как положительной, так и отрицательной.

Корпоративная идентичность – это то, что организация сообщает о себе, коммуницируемая индивидуальность. Всё, что организация говорит, делает и создаёт, формирует её идентичность. Это продукты и услуги, формальные и неформальные коммуникации, политика компании, поступки её персонала. [2, с. 11].

Для поддержания единой политики в системе коммуникативных сообщений в корпорациях формируется документ – Брендбук (Brandbook), который регламентирует использование фирменных атрибутов компании (логотип, типографика, цвет, символика и т.д.). Он отражает миссию, философию, ценности, ключевые идентификаторы компании, а также подчёркивает индивидуальность организации и её конкурентные преимущества.

Только в результате корпоративной идентичности – тотальных корпоративных коммуникаций – возникает корпоративный имидж. [2, с. 13]

Корпоративный имидж – образ организации в представлении целевой аудитории, который создаётся при помощи коммуникационных сообщений.

Позитивный имидж повышает конкурентоспособность компании на рынке. Он привлекает потребителей и партнёров, ускоряет продажи и увеличивает их объём. [2, с. 9]

Ресурс подотчётности и стандартов организации. Эффективной система подотчётности сводит к минимуму риск мошенничества или заключения сделок в собственных интересах со стороны должностных лиц компании.

Строгое соблюдение стандартов, правил, прав и обязанностей всех заинтересованных сторон помогает компаниям избежать судебных разбирательств, связанных с исками акционеров и другими спорами, возникающими в результате неправомерного поведения, конфликтов интересов, коррупции и взяточничества.

Ресурс прозрачности информации. Если компания становится более прозрачной, инвесторам предоставляется благоприятная возможность получить более полное представление о её коммерческой деятельности и финансовых показателях. Чем выше прозрачность компании, тем выше вероятность того, что активы используются в интересах инвесторов, а не используются ненадлежащим образом. Повышая прозрачность бизнеса вертикально интегрированным компаниям проще найти инвесторов и пройти процедуру листинга.

Защиты прав акционеров. Стоимость капитала зависит от риска инвестиций в компанию, оцениваемого инвесторами; чем выше риск, тем выше затраты на привлечение капитала. Эти риски включают риск нарушения прав инвесторов. Если права инвесторов надлежащим образом защищены, то затраты на привлечение инвестиций в акционерный капитал и получение заёмных средств будут уменьшаться. Это в конечном счёте может привести к получению кредитов по более низким процентным ставкам и на более длительные сроки.

Для концентрации СКР в компаниях следует принимать кодекс этики.

Кодекс этики представляет собой основополагающее руководство по профессиональному поведению, в котором устанавливаются обязанности должностных лиц и работников компании перед заинтересованными лицами, в том числе перед коллегами, клиентами, деловыми партнерами, государственными органами и обществом в целом.

Общество может счесть целесообразным принять кодекс этики, поскольку он:

- *улучшает корпоративную репутацию/имидж общества.* Принятие кодекса этики — это эффективный способ подчеркнуть, что общество привержено принципам надлежащего ведения дел;
- *улучшает управление рисками и кризисное управление.* Благодаря кодексу этики менеджеры и директора общества могут узнать о потенциальных проблемах до того, как последние перерастут в полномасштабный кризис, поскольку кодекс побуждает работников реагировать на возникающие перед ними проблемы этического характера;
- *совершенствует корпоративную культуру и подчеркивает значимость корпоративных ценностей.* Кодекс этики, содействует выработке единой корпоративной культуры,

основой которой будет служить общий набор ценностей. Это, в свою очередь, будет облегчать задачу руководства работниками общества в их повседневной работе;

- *содействует эффективному взаимодействию с заинтересованными лицами.* Кодекс подчеркивает приверженность общества принципам этичного поведения и тот факт, что возможные нарушения являются всего лишь исключением из правила;
- *позволяет избегать судебных разбирательств.* Кодекс этики в сочетании с эффективной программой обучения по этическим вопросам содействует минимизации риска судебного разбирательства, связанного с мошенничеством, конфликтами интересов, коррупцией, взяточничеством и инсайдерскими сделками [1, с. 90].

Таким образом, те компании, которые уделяют особое внимание СКР, то есть уважают права акционеров и кредиторов и обеспечивают финансовую прозрачность и подотчётность, будут рассматриваться как активные защитники интересов инвесторов. В результате они будут считаться компаниями с высокой гражданской ответственностью и, соответственно, пользоваться большим доверием общественности.

Доверие общественности и гудвилл могут позволить компании увеличить объём продаж и, следовательно, прибыли. Кроме того, позитивный имидж и её гудвилл играют значительную роль при оценке её стоимости.

Список литературы:

1. Пособие по корпоративному управлению: В 6 т. — М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004. Т. 1: Часть I. Введение в корпоративное управление. — 2004 г. — 93 с.
2. *Сурков, В. С.* Маркетинг: учеб. пособие / В. С. Сурков. Курский институт социального образования (филиал) МГСУ. Курск, 2001. 96с.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В КОРПОРАЦИИ

**Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.,
Старикова М.С., канд. экон. наук, доц.**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Становление информационных экономик связано с изменением целей и структуры экономической деятельности, с интеллектуализацией производства, с получением новых знаний и способов распространения информации. Намеченный в США переход к информационной экономике в 2020 г. означает занятость только 17% населения в промышленности, остальные должны будут переключиться в сферу информационного обслуживания, образования и досуга [6]. Иными словами в мировой экономике с каждым годом возрастает роль интеллектуального капитала. А, следовательно, любая корпорация заинтересована в развитии организационного интеллектуального капитала. Интеллектуальный капитал выступает в качестве основного и наиболее ценного ресурса фирмы, так как обладает всеми характеристиками, присущим устойчивому конкурентному преимуществу: 1) он может увеличивать экономические результаты организации, при этом его стоимость не амортизируется; 2) он обладает несовершенной мобильностью и непрозрачностью в силу возможности защитить его правами и интеллектуальной собственностью; 3) он может воспроизводиться, в связи с чем может считаться долговечным.

Е.В. Пилипенко отмечает, что в отличие от традиционной экономики, где целью является получение максимальной прибыли на вложенный капитал, в экономике знаний такой целью становится формирование творческой личности [5]. Применительно к корпорации, приоритетные цели которой сводятся к экономическим показателям, можно переформулировать трактовку Е.В. Пилипенко. В условиях информационной экономики в системе менеджмента корпоративные экономические цели должны быть подчинены задачам развития. Причем развития многоаспектного, в том числе и развития человека – работника и потребителя продукции. Некоторые авторы склоняются к мысли об интеллектуализации современного бизнеса, другие отмечают, что творчество становится главной функцией управления и ведет к возникновению интеллектуально-инновационного потенциала [8, с.26].

Внешняя среда организаций становится все менее определенной, поэтому роль информации в развивающейся корпорации повышается.

Развивающаяся компания, по мнению Н.Н. Суртаевой, это организация, способная к самообновлению, метарефлексии и критической рефлексии [9, с. 15].

Влияние информации выражается также и в адекватном развитии PR и маркетинговых технологий, во внедрении инноваций. Роль и значение различного рода инноваций и эффективного использования знаний как информации для принятия комплекса необходимых экономических решений и воплощения их в практику, не вызывает сомнений и не требует большой аргументации. Основная посылка нашего исследования состоит в том, что формирование корпоративной системы управления знаниями может служить средством развития организации. Это развитие, строящееся на инновационной основе. Однако для того, чтобы претворить данную идею в жизнь, требуется ряд условий, которые мы и хотим рассмотреть в данной статье. Во-первых, определим инновации как новые знания, воплощенные человеком в ту или иную форму для удовлетворения растущих потребностей, являющихся стимулом создания инновации. В настоящее время выделяют несколько типов инноваций: в форме вещества; продуктовая инновация; инновация как движение или действие; инновация как структура или связь; инновация как отношения. Но особенно интересно, что она может выступать не только в конкретной проявленной, но и в абстрактной форме [2], причем иногда высокого порядка – парадигма, теория, концепция, принцип, интеллектуальная модель. Абстрактная инновация направлена на изменение сознания человека или общественной группы, приводящее к изменению ее поведения. В данном случае нас интересует сознание персонала корпорации. Надо учесть, что хотя абстрактные инновации, строго говоря, не являются предметом коммерции, не продаются и не покупаются, но они создают психологическую и эвристическую основу для удовлетворения новых потребностей человека и общества.

Сложность формирования системы управления знаниями для корпорации заключается в том, что, как правило, данные бизнес-объединения имеют сложную структуру и большой размер, что затрудняет информационный оборот и ведет к снижению эффективности создания, использования и трансляции знания [1]. Е.Ю. Игнатьева считает, что в системе знаний можно выделить явные знания, то есть те, которые могут быть зафиксированы на каком-либо носителе, и скрытые знания, находящиеся в умах сотрудников и связанные с индивидуальным опытом [3, с. 58-59]. Однако данные знания сосуществуют внутри корпорации и, как отмечают А. Нонака и Г.

Такеучи, вместе они образуют «петлю познания» [4]. Трансформация одного знания в другое возможно посредством группового взаимодействия, интеграции и кооперации бизнесов. Корпоративная система управления знаниями – при правильном подходе к ее организации – может служить инициатором всех типов инноваций, их проводником и потребителем и особенно – абстрактных инноваций. Но что же именно должна включать корпоративная система управления знаниями, чтобы она играла эту важную роль? П. Сэнге (Сендж), который ввел в обиход термин «обучающаяся организация», выделил такие составляющие саморазвития, как системное мышление, персональное мастерство, ментальные модели, формирование общего видения, групповое обучение [7], которые можно отнести и к объекту нашего исследования – корпорации. Организация командной работы, работы в группе служит основным условием создания самообучающейся организации. В то же время необходимо отметить важность присутствия в корпорации «лидирующих знаний», под которыми мы понимаем идеи, опережающие осознанные цели и задачи организации. Носителями подобного рода идей, на наш взгляд, должны стать *группы развития* как ядро самообучающейся организации. Интеллект данных групп может определять скорость, объем и уровень генерации новых знаний и инноваций, в том числе, абстрактных. В рамках корпорации они выполняют функцию координации и сосредоточения всех знаний, которые продуцируются на операционных уровнях. В целом корпоративная система управления знаниями должна выполнять ряд задач, которые можно рассматривать на разных уровнях управления: на уровне топ-менеджмента, на уровне группы развития, на операционном уровне (рис. 1). Причем следует отметить, что основной задачей группы развития становится соединение знаний, получаемых в разных подразделениях корпорации, их обработка, нормирование и донесение в преобразованном виде до всех членов организации. При такой трактовке управления знаниями на уровне корпораций возникает ряд методических проблем, связанных с организационным обеспечением, финансированием, оценкой вклада отдельных структур в общие знания корпорации.

Знания являются одним из основных направлений инвестирования в корпорации наряду с финансовыми и реальными инвестициями. Основной задачей управления инвестициями в этом случае является повышение ликвидности интеллектуального капитала, сформированного на основе созданных или приобретенных знаний.

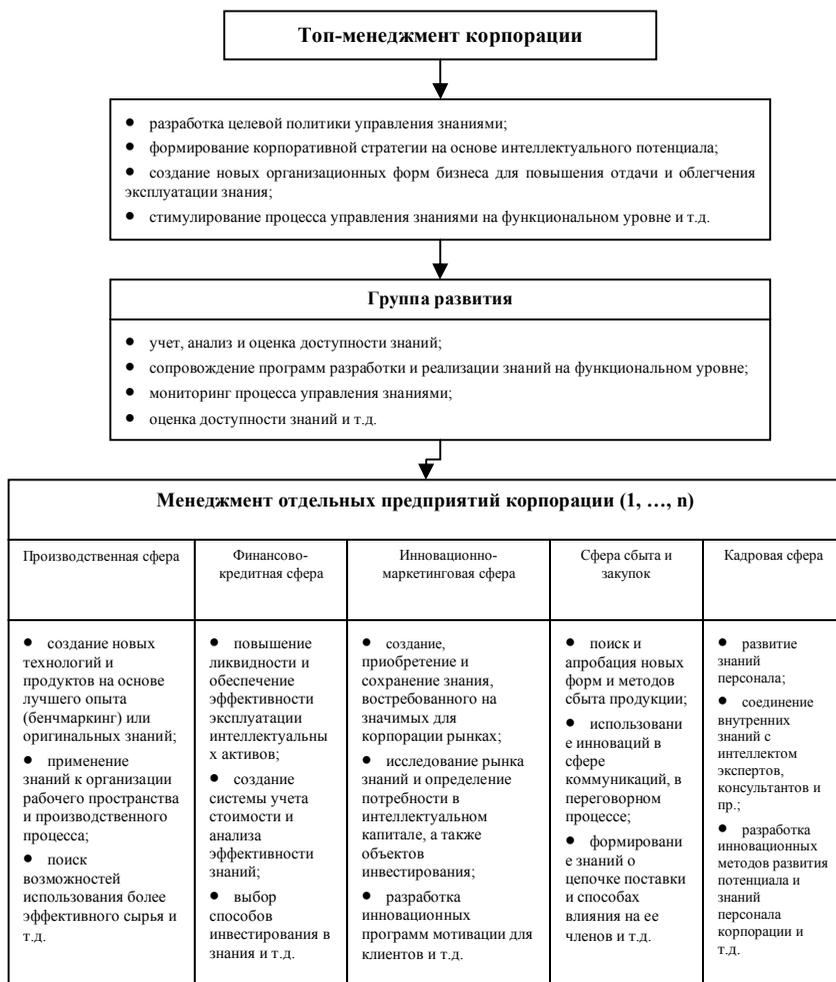


Рис. 1. Функции экономического управления знаниями подразделений корпорации

Кроме того, важно диверсифицировать портфель инвестиций в знания для снижения риска недополучения ожидаемого эффекта. В этом смысле альтернативными направлениями инвестирования в знания могут стать программы развития персонала, расширение доступного информационного поля и др. Оценка эффективности общего знания и отдельных его единиц можно осуществлять с помощью портфельного

анализа (например, оценивая долю затрат на знание в общих инвестициях и долю отдачи от знания в финансовом результате корпорации), на основе диаграммы Парето (например, по вкладу знания в рост стоимости корпорации), на основе методик оценки инноваций.

Таким образом, затронутая в данной статье проблема является достаточно обширной и связанной с различными экономическими (затратами, эффективностью) и управленческими (организация, распределение полномочий) аспектами. Однако трудности, связанные с созданием корпоративной системы управления знаниями, окупаются приобретением долгосрочных конкурентных преимуществ, основанных на различного рода инновациях.

Список литературы:

1. *Гламаздин, Е. С.* Управление корпоративными программами: информационные системы и математические модели / Е. С. Гламаздин, Д. А. Новиков, А. В. Цветков. – М.: ИПУ РАН, 2003. – 159 с.
2. *Дресвянников, В. А.* Построение системы управления знаниями на предприятии: учеб. пособие / В. А. Дресвянников. – М.: КНОРУС, 2006. – 344 с.
3. *Игнатьева, Е. Ю.* Менеджмент знаний в управлении качеством образовательного процесса в высшей школе: монография / Е. Ю. Игнатьева – Великий Новгород: НовГУ им. Я. Мудрого, 2008. – 280 с. – ISBN 978-5-98769-039-0
4. *Нонака, И.* Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонака, Х. Такеучи, - М.: Олимп-бизнес, 2003. – 384 с.
5. *Пилипенко, Е. В.* Теоретические основы и методологические подходы к формированию экономики знаний регионе [Текст]: автореферат дис. ... докт. экон. наук / Е. В. Пилипенко. – Екатеринбург, 2007. – 40 с.
6. *Ровинская, Т.* Информационное общество: теория и практика // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. - № 9. – С. 81-90.
7. *Сенге, П.* Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации [Текст]: [пер. с англ.] / П. Сенге. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 408 с.
8. *Субетто, А. И.* Квалитология образования [Текст] / А. И. Субетто. – СПб. – М.: ИЦПКПС, 2000. – 220 с.
9. *Суртаева Н. Н.* Обучающееся учреждение XXI века – вектор реформирования отечественного образования [Текст] / Н. Н. Суртаева // Человек и образование. – 2005. – № 2. - С.12-16.

РАЗВИТИЕ КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.,
Танкова Н.А., аспирант**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Рост конкурентоспособности отечественных предприятий выступает необходимым условием для поддержания темпов экономического развития и качества жизни людей, особенно это актуально с учетом вступления России в ВТО.

Одним из факторов конкурентоспособности предприятия, как известно, является его сбытовой потенциал: объем, количество и качество каналов сбыта или дистрибуции, возможности по оказанию допродажных и послепродажных услуг, проверки товара, упаковки и фасовки, погрузки и разгрузки и т.д.. Под каналом дистрибуции понимается «совокупность хозяйствующих субъектов, осуществляющих комплекс функций по перемещению товара из сферы производства в сферу потребления – через систему товародвижения и распределения, а также передачей прав собственности на него, хранением, фасовкой и упаковкой» [1]. Характеристиками каналов выступают интенсивность распределения, протяженность, ширина, скорость реализации, способность к предоставлению широкого ассортимента услуг, в частности, кредитования, комплектации, сервиса.

Виды каналов многообразны: прямые и косвенные; протягивающие и проталкивающие; коммерческие и некоммерческие; государственные и частные; сетевые и одиночные (локальные); одноформатные и многоформатные; стационарные и нестационарные; по характеру торговли – оптовые и розничные; универсальные и специализированные.

Важной задачей управления является формирование системы каналов сбыта и взаимоотношений между ее участниками. Состав участников их может быть весьма разнообразным и сложным. Это могут быть дилеры, дистрибьюторы, агенты, комиссионеры, брокеры, мерчандайзеры, консигнаторы и т.п. Владельцы торговых структур также могут отличаться по своим характеристикам, своей специфике, по функциям и своей правовой форме.

В зависимости от отрасли, типа продукта и рынка этот состав участников, их обязанности, а также деловые связи внутри системы

также варьируются.

Закрепление функций, обязанностей и прав, а возможных также рисков и условий выполнения осуществляется с помощью договоров (контрактов) – как двусторонних, так и многосторонних.

Рассмотрим проблемы, возникающие в процессе делового партнерства в области сбыта, на примере мерчандайзинга. Под ним следует понимать «самостоятельный компонент маркетинговой системы, который имеет собственные принципы и методы, направленные на формирование поведения потребителя в процессе непосредственного контактирования с товарами в торговой среде» [2].

Так, мерчандайзинговые схемы обычно включают трех участников: производителя, оптовика и розничного торговца. Все три стороны должны быть в равной степени заинтересованы в предмете договора и его реализации. Однако на практике это достигается не всегда, а согласование интересов является весьма сложным процессом.

Обязательства торговца по отношению к поставщику товара обычно сводятся к следующим:

- позиционирование товара с помощью закрепления определённого места в магазине или торговом зале для повышения узнаваемости бренда и облегчения выбора его потребителем;

- продвижение товара определённого производителя с помощью рекламных продуктов и акций;

- первоочередное предложение товара данного производителя.

Но у торговца, помимо основной цели – получения прибыли, имеются и собственные интересы, иногда противоречащие поставщику (производителю), в частности:

- поддержание рентабельности продаж в целом по магазину (торговой точке);

- бесперебойность процесса снабжения торгового учреждения товарными запасами в соответствующих норме размерах;

- отсутствие затоваривания;

- расширения числа лояльных и постоянных клиентов за счет их качественного и быстрого обслуживания;

- укрепление собственной торговой марки.

Поэтому контракты должны предусматривать указанные моменты, сочетая интересы обеих сторон, закрепляя такие условия, которые являются компромиссными и взаимовыгодными. Например, торговец имеет право получать товар со скидкой или комиссию за объем продаж продукции определённого производителя.

Список литературы:

1. Маркетинг/Под ред. Е.Д.Щеглиной//Учебное пособие. – Белгород: Изд-во БГТУ им.В.Г.Шухова. – 2008.
2. *Парамонова, Т. Н.* Мерчандайзинг: учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. А. Рамазанов. – М.: КНОРУС. -2008.

ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ КАК БАЗОВЫЙ ЭЛЕМЕНТ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОЙ ДИАГНОСТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.,
Чумаков Е.В., аспирант**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Учитывая коренные изменения в экономической обстановке XXI века, ресурсодефицит, инноватику и новые черты кризиса, большинство отечественных предприятий требуют серьезной реорганизации подходов к ведению бизнеса и изменения методов управления. Это же относится и к диагностике, обследованию предприятия. На какой концептуальной основе их реализовывать – вопрос серьезный и недостаточно проработанный – ни теоретически, ни практически. Известно, что диагностика деятельности предприятия является отправным пунктом для его развития, совершенствования бизнес-процессов, выявления сильных и слабых сторон организации, разработки стратегии конкурентной борьбы и т.п..

Нам представляется, что концепцию диагностики фирмы можно основывать на функционально-стоимостных принципах анализа системы и создаваемого ею продукта. Эти принципы проверены временем, обоснованы научно еще в период планового хозяйствования и логично вписываются в среду конкуренции ценой (стоимостью) и качеством (функциональностью) продукта или услуги. Вполне оправданно в этой связи говорить и об оценке энергоэффективности как характеристике объекта с точки зрения его результативности. Под энергоэффективностью обычно понимают показатель, отражающий уровень рациональности использования топливно-энергетических ресурсов (ТЭР) предприятием [1], а целью управления ею выступает в таком случае достижение экономически оправданной эффективности использования ТЭР при существующем уровне развития техники и технологии и соблюдении требований к охране окружающей среды. Можно дать и другое определение: показатель энергоэффективности - это абсолютная (или удельная) величина потребления или потери энергетических ресурсов для продукции любого назначения, установленная государственными стандартами. Фактическая энергоэффективность может быть существенно выше нормативной. Утверждение о том, что этот показатель может быть использован как

ключевой в системе стратегической диагностики и ФСА предприятия аргументируется, во-первых, актуальностью этого параметра, и особенно для России, где энергоёмкость ВВП выше развитых стран в 1,5-2 раза, во-вторых, это комплексная, характеристика, касающаяся всех сторон деятельности компании и ее менеджмента. Последнее обстоятельство обеспечивает требование системности подхода к анализу: он будет направлен не только на чисто технические аспекты, но и на финансово-экономические, потребительские, социальные, а также управленческие.

На рис.1 дана структура частных показателей энергоэффективности.



Рис. 1. Структура показателей энергоэффективности

Производственная энергоэффективность (в инфраструктуре) измеряется показателями, характеризующими энергообеспечение по объему поставок энергии, мощности и качественным параметрам.

Рыночная энергоэффективность (маркетинговой деятельности) оценивается, например, по доле инвестиций компании в рационализацию энергопоставок, по коэффициентам, отражающим неравномерность и плотность графиков нагрузки.

Коммерческая (экономическая) эффективность рассматривается как удельные издержки электроэнергии на 1 руб. товарной продукции и энерговооруженность труда.

Итоговые показатели в системе должны позволять оценить связь энергоэффективности и рентабельности продукции, а также рентабельности собственного капитала и инвестиций. Однако здесь имеется дефицит методических разработок и подходов к такой оценке.

Общий принцип расчета энергоэффективности заключается в определении отношения фактически достигнутого результата,

выражающего степень реализации данной функции, к плановому показателю.

Приведенная на рис.1 структура показателей может быть еще более углублена и конкретизирована с точки зрения возникновения источников как энергозатрат, так и их снижения. ФСА в таком случае следует проводить по таким направлениям, как:

А) оценка функциональности оцениваемого объекта: количество полезных функций объекта; значимость этих функций для работы объекта; полнота использования (исполнения) функций и т.п.;

Б) оценка издержек, связанных с обеспечением функций – как по каждой отдельной функции, так и суммарных.

В итоге мы получаем показатель уровня функциональной энергоэффективности. Отталкиваясь от него, с использованием строится экономическое и технологическое управление объектом, разрабатываются требования к оборудованию, бизнес-процессами и т.д.

Список литературы:

1. *Щетинина, Е. Д.* Современные проблемы управления энергоэффективностью машиностроительных предприятий/ Е. Д. Щетинина, Е. В. Чумаков // Мат-лы международной конф-ции «Актуальные проблемы экономического развития». – Белгород, - 2010.

