

## **К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЦЕЛИ ПОВЫШЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ В РЕГИОНЕ**

**Абдусаламова М.М., канд. экон. наук, доц.**  
*Дагестанский государственный университет*

На современном этапе общественного и экономического развития все большее влияние на темпы научно-технического и социально-экономического прогресса оказывает способность государства и общества обеспечивать развитие и реализацию человеческого потенциала граждан.

Уменьшение государственного финансирования ведет к снижению потребности общества в общественных благах, что негативно сказывается на уровне социального воспроизводства общности и означает в современных условиях непосредственную угрозу и личности, и обществу.

Необходимость социальной справедливости и социальной стабильности, а также требование экономической эффективности, рационального поведения со стороны государства предполагают приоритетность бюджетного финансирования сферы социальных услуг, производящей общественные, социально значимые блага.

Проблема воспроизводства и повышения качества человеческого капитала становится крайне актуальной на всех уровнях управления. Объективно важной является и проблема формирования источников финансирования направлений социальной политики по сохранению и развитию человеческого потенциала нации [1].

Кроме того, на уровне субъекта Российской Федерации при формировании региональной социальной политики еще крайне редко учитываются показатели качества жизни и уровня человеческого развития территории. До сих пор при разработке стратегии устойчивого развития регионов России упор делается на экономическое развитие в ущерб целям развития человеческого потенциала, что в итоге оказывает негативное воздействие на социально-экономическое развитие и территорий, и страны в целом. С учетом вышесказанного, исследование проблем сохранения и развития человеческого потенциала на региональном уровне представляется актуальным и необходимым.

В то же время, одновременно с ростом в общественном сознании значимости проблем сохранения и развития человеческого потенциала, в вопросах управления человеческим капиталом проявляются

неисследованные и нерешенные методологические и концептуальные проблемы.

Недостаточно разработанными являются вопросы, связанные с изучением проблем формирования, сохранения и повышения эффективности использования человеческого потенциала в современных социально-экономических условиях в целом по России и, особенно, на региональном уровне.

Эффективное использование человеческих способностей к труду, повышение качества человеческого капитала требуют соответствующих условий жизнеобеспечения социума, направленных на личностное развитие каждого члена общества.

Разработка мер развития человеческого потенциала как стратегической цели повышения социальной активности в регионе строится на основе [2]:

- исследования социального механизма формирования и развития человеческого потенциала;
- определения роли государства в создании условий для человеческого развития;
- уточнения экономической сущности социальных услуг;
- исследования влияния на человеческий потенциал социально-экономических условий в Республике Дагестан;
- разработки и внедрения эффективной программы повышения качества жизни людей, проживающих на территории Дагестана.

Усиление роли инноваций и человеческого капитала открывает возможность построения инновационной экономики. Наличие научно-образовательного комплекса и высокотехнологичных и инновационных производств, а также высокая доля молодого населения позволит привлечь в Республику Дагестан талантливых людей, что необходимо для создания инновационной экономики с высокой добавленной стоимостью. Основным препятствием развития Республики Дагестан в данном направлении могут стать отсутствие инфраструктуры, позволяющей коммерциализировать научные разработки, отсутствие спроса на инновации со стороны бизнеса и неблагоприятная среда для привлечения и удержания кадров. Отсутствие должного внимания к данным проблемам увеличит риск технологического отставания Республики Дагестан и оттока лучших специалистов в более привлекательные регионы.

Таким образом, для исследования проблем воспроизводства человеческого капитала, повышения качества жизни и развития

человеческого потенциала на региональном уровне управления необходимо выполнить следующие меры:

1. На основе выполненного анализа категориального содержания понятий «человеческие ресурсы», «человеческий капитал» и «человеческий потенциал» обосновать, что понятие «человеческие ресурсы» на макроуровне следует рассматривать скорее не как экономическую, а как социальную категорию. На микроуровне, сохраняя качества экономической категории, понятие «человеческие ресурсы» приобретает также качества управленческой категории.

Категории «человеческий капитал» и «человеческий потенциал» наиболее полно отражают экономическую роль человека в условиях современного, постиндустриального общества. При этом, человеческий капитал, нужно понимать как совокупность врожденных способностей и запаса здоровья, приобретенных знаний, опыта и квалификации, применение которой в качестве основного элемента общественного воспроизводства становится решающим фактором экономического роста страны. Оценивая с этой позиции человеческий капитал региона, необходимо обосновывать возможность и целесообразность рассматривать его сохранение и накопление в качестве стратегической цели региональной социальной политики, направленной на устойчивое развитие территории. Теория человеческого капитала, на наш взгляд, полностью раскрывает значение инвестиций в человека в современных социально-экономических условиях.

Категорию «человеческий потенциал», по нашему мнению, следует рассматривать как продукт постиндустриального периода, эпохи становления информационного общества, основанного на информационно и интеллектуально емких технологиях, когда в качестве основополагающего ресурса развития начинает выступать человеческий капитал, а определяющим фактором производства становятся знания.

Понятие человеческого потенциала интегрируется на основе двух базовых понятий: человеческий капитал и качество жизни. Оно относится, прежде всего, к социально-экономическим категориям. Мы считаем, что человеческий потенциал следует рассматривать как человеческий капитал (в его реальном исчислении) плюс социально-экономические условия его формирования, развития и использования. Иными словами, при оценке человеческого потенциала необходимо учитывать как экономический аспект вложений в человека, так и характеристику социальной среды, которая формирует личность этого человека, систему его ценностей и предпочтений, структуру его интересов, степень активности и т.д., а также качество жизни населения, которое характеризуется такими показателями,

как уровень здравоохранения и образования, степень занятости населения, уровень его благосостояния, экология, безопасность и права человека.

2. Найти подход к проблеме измерения величины человеческого капитала с помощью показателей, включающих наряду с натурально-стоимостными также и ценностные показатели, которые разрабатываются путем применения различных методов объективации субъективных оценок и позволяют установить, какую ценность для людей имеют материальные блага, образование, здоровье, семья, свободное время, достоинство, человеческие отношения, сложившиеся правовые институты, политическая система и т.д.

В качестве одного из главных интегральных индикаторов применяют индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП, или индекс человеческого развития), который измеряется тремя показателями: средняя продолжительность жизни населения, уровень его образования и реальный ВВП на душу населения.

ИРЧП является наиболее простым, доступным и универсальным инструментом мониторинга прогресса в области развития человека. Кроме того, достоинство использования этого индикатора для комплексной оценки страны или территории в том, что, увязывая воедино экономико-финансовые показатели с показателями, характеризующими основные жизненные ценности человека - здоровье, долголетие, образование, этот индекс является своего рода отражением компромисса, временным балансом между экономическими возможностями и реальными вложениями в развитие социальной сферы [3].

3. Деятельность государства по отношению к воспроизводству человеческого капитала, развитию человеческого потенциала на федеральном, региональном и местном уровнях должна заключаться, с одной стороны, в финансировании социальных расходов за счет бюджетов разного уровня и внебюджетных фондов, а с другой стороны - в создании условий и предпосылок для солидарного участия в финансировании социального развития корпоративного сектора и сектора домашних хозяйств.

Необходимость сохранения бюджетного финансирования социальной сферы, с одной стороны, и вовлечения личных и корпоративных финансовых средств, с другой, обусловлена двойственной природой тех отраслей жизнедеятельности, которые формируют человеческий капитал и создают условия для развития человеческого потенциала - в первую очередь, образования, здравоохранения, науки и культуры.

Объективная потребность государственного финансирования социальной сферы обусловлена как тем, что основные социальные услуги относятся к

смешанно-общественным благам, так и тем, что развитие рыночных отношений в социальной сфере объективно ограничено.

4. Для достижения социальной справедливости в условиях крайне ограниченных государственных финансовых ресурсов мы видим лишь один путь: поддержание на всей территории страны равного доступа граждан к основным бюджетным услугам и социальным гарантиям. Этого можно достичь, обеспечив на федеральном уровне выравнивание разницы в душевой бюджетной обеспеченности между регионами, а на уровне субъектов федерации - вертикальную сбалансированность регионального и местных бюджетов, понимаемую нами как соответствие доходов определенного уровня бюджетной системы его расходным потребностям, и выравнивание финансовых возможностей органов местного самоуправления осуществлять свои полномочия по решению вопросов местного значения. Основой бюджетного выравнивания могут стать только государственные минимальные социальные стандарты.

5. Государство и общество должны применять активные меры, побуждающие бизнес к повышению уровня социальной активности. В этих условиях особую актуальность приобретает развитие такого института гражданского общества, как социальное партнерство, понимаемое как сотрудничество представителей трудящихся, работодателей и государства в социально-трудовой сфере, направленное на снижение противоречий между наемными работниками и работодателями, на социальное развитие общества. Одним из важнейших направлений этого сотрудничества является коллективно-договорное регулирование заработной платы, нацеленное на уменьшение разрыва в уровне доходов.

6. Задействовать все имеющиеся у государства механизмы для повышения уровня благосостояния населения. Сегодня фактически все доходы большинства наемных работников тратятся на питание, на оплату жилья, коммунальных услуг и транспортные расходы. Поэтому говорить о финансах домашних хозяйств как об источнике инвестиций в человеческий капитал – в образование, здравоохранение и культуру - можно будет только тогда, когда в стране и в частности Дагестане будет сформирован многочисленный экономически обеспеченный средний класс.

7. Качество человеческого потенциала во многом определяется качеством образования. Поэтому с точки зрения стратегического развития Дагестана на современном этапе первостепенное значение приобретает задача подготовки высокопрофессиональных кадров, обладающих достаточными знаниями для работы в рыночных условиях. Развитие наукоемкого производства и равноправное партнерство с развитыми странами могут быть обеспечены лишь при устойчивой тенденции роста

числа работников с высшим профессиональным образованием. Многочисленные исследования показывают, что для постиндустриального общества необходимо, чтобы не менее 30 % взрослого населения имело высшее образование. Поэтому ориентация на опережающее развитие начального и среднего профессионального образования может быть оправдана только на краткосрочную перспективу, для удовлетворения текущих потребностей рынка труда в квалифицированных рабочих и техниках. При этом следует учитывать региональные показатели образовательного уровня населения. Вместе с тем мы считаем, что для того, чтобы система профессионального образования обеспечивала потребности конкретных предприятий в специалистах востребованных современным производством специальностей, бизнесу следует оказывать ей действенную финансовую поддержку.

Кроме того, недопустимо, на наш взгляд, превращение высших образовательных учреждений в конвейер подготовки кадров для имеющихся на сегодняшний день вакансий на региональном рынке труда. Образовательный комплекс страны должен не просто следовать за требованиями рынка, но и во многом определять параметры рынка труда, не только обеспечивая его специалистами необходимых специальностей, но и заставляя переоценивать ценности тех или иных навыков и видов работ, изменять количественные и качественные требования к трудовым ресурсам [3].

8. Основой развития социальной сферы становится социальная политика регионов, формируемая и реализуемая региональными и муниципальными органами власти. Наряду с общими целями, задачами и критериями устойчивого развития региональный уровень имеет и свои отличительные особенности, которые необходимо учитывать в рамках территориального стратегического планирования, понимаемого нами как самостоятельное определение местным сообществом целей и основных направлений устойчивого социально-экономического развития региона. Иными словами, стратегия развития региона есть установление основных долгосрочных целей и задач территории и выработка программы действий и распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей. При выборе стратегии определяются региональные приоритеты, формулируется миссия и главная цель развития территории; определяются стратегические направления развития; разрабатываются программы и проекты в рамках каждого стратегического направления.

9. Экономическое и социальное развитие территории должно базироваться в первую очередь на более эффективном использовании природно-ресурсного, экономического, финансового, социального, кадрового

потенциала данной территории. Государственное регулирование следует направлять в первую очередь на создание условий, стимулирующих такое развитие, при котором территории не были бы дотационными. При этом центральным звеном динамического процесса изменений в региональной политике устойчивого развития становятся люди. Мы считаем, что устойчивое социально-экономическое развитие Дагестана возможно только при наличии грамотной и взвешенной региональной стратегии, направленной на саморазвитие территорий, исходя из приоритетов, признаваемых и территориальной властью, и обществом, и бизнесом.

Развитие и накопление совокупного человеческого капитала региона и повышение отдачи от него определяют развитие самого региона, возможности его экономического роста и достижение социального благосостояния населения. В свою очередь, формирование совокупного человеческого капитала напрямую зависит от уровня социально-экономического развития региона.

10. Экономическое развитие Дагестана зависит сегодня в первую очередь от социального развития. В то же время, уровень социального развития республики ниже среднего показателя по России в целом. В этих условиях крайне важен государственный - механизм регулирования социальной сферы.

11. Значительно повысить уровень жизни бедных слоев и расширить представительства благосостоятельных слоев в регионах.

12. Приоритетами, положенными в основу формирования региональной социальной политики, должны быть меры, направленные на воспроизводство человеческого капитала и развитие человеческого потенциала территорий. Устойчивое развитие регионов предполагает в современных условиях в первую очередь человеческое развитие, без которого не будет экономического развития территорий, а значит, и страны в целом.

#### **Список литературы:**

1. *Кузнецова, И. В.* Человеческий потенциал России: проблемы совершенствования / И. В. Кузнецова // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2010. – №1.
2. *Соболева, И. В.* Человеческий потенциал российской экономики: проблемы сохранения и развития / И. В. Соболева // – М.: ИНФРА-М, 2007.
3. Человеческое развитие: новое измерение социально-экономического прогресса. Учебное пособие под общей редакцией проф. В.П. Колесова (Экономический факультет МГУ), 2-е издание, дополненное и переработанное. – М.: Права человека, 2008. – 636 с.

## **АНАЛИЗ КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ И ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОТОРЫХ ПТИЦЕВОДЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН**

**Алиев М.Ш., д-р с.-х. наук,  
Шагиева А.Х., канд. биол. наук**  
*ФБОУ ВПО «Казанская государственная академия  
ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана»*

Важнейшей особенностью развития отечественного птицеводства в современных условиях является дальнейшее освоение принципов эффективного функционирования региональных птицеводческих предприятий. Определяющим в этом выступает повышение роли прибыли и рентабельности как результата совершенствования производственной и экономической деятельности их предприятий [1].

Практика проведения аграрных реформ в Республике Татарстан свидетельствует о том, что разрабатываемые концепции трансформации экономики АПК еще недостаточно ориентированы на адекватное развитие продовольственного рынка, взаимодействие инвестиционных сфер, экономики и финансового состояния предприятий птицеводческой отрасли.

Повышение эффективности функционирования птицеводческих предприятий региональной системы обеспечивается за счет реализации неиспользованных резервов производства, развития инвестиционного потенциала и т.д. В настоящее время требуются более усовершенствованные подходы к проблеме повышения эффективности инвестиционной и финансовой деятельности в региональном птицеводстве, обусловленные необходимостью восстановления утраченных позиций продовольственной и экономической безопасности [2].

Проблемы повышения эффективности функционирования птицеводческих предприятий региональных птицеводческих компаний в условиях рынка получили определенное отражение в современной отечественной экономической литературе. Так, состояние и перспективы развития мирового птицеводства отражены в работах В.И. Фисинина [3], исследование вопросов спецификации и кооперации в работах К.И. Карюкиной [4], Г.А. Бобылевой [5] и так далее.

В настоящее время многие российские экономисты приступили к изучению проблем финансового анализа предприятий. Первые попытки

теоретического осмысления проблемы изложены в трудах В.В. Ковалева [6] и А. Д. Шеремета [7].

Необходимость в исследовании проблем экономического и финансового анализа подтверждается зарубежной практикой, накопившей длительный опыт эффективной производственной деятельности в условиях жестких конкурентных отношений между предприятиями. Мотивация их функционирования и совершенствование аналитического аппарата направлены на реализацию потребностей руководства птицеводческих предприятий лучше знать глубинные процессы происходящих изменений в финансовой ситуации как своего предприятия, так и предприятия-смежника, конкурента.

Целью данной работы является выявление некоторых факторов возникновения кризисных явлений на птицеводческих предприятиях республики Татарстан с целью определения угрозы несостоятельности и принятия возможных мер по исключению негативных явлений.

При анализе птицеводческих предприятий Республики Татарстан ООО «Челны-Бройлер», ОАО «Птицефабрика Казанская», ООО «Ак Барс-Пестрецы» мы воспользовались правилами проведения арбитражным управляющим финансового анализа, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 25.06.2003 N 367 «Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа», в котором четко расписан алгоритм действий:

- рассчитать коэффициенты финансово-хозяйственной деятельности должника;

- выявить причины утраты платежеспособности с учетом динамики изменения коэффициентов финансово-хозяйственной деятельности;

- проанализировать результаты анализа хозяйственной, инвестиционной и финансовой деятельности должника, его положения на товарных и иных рынках;

- анализировать активы и пассивы должника;

- показать результаты анализа возможности безубыточной деятельности должника;

- сделать выводы о возможности (невозможности) восстановления платежеспособности должника и о целесообразности введения процедуры банкротства.

Так как предприятия, анализ которых было решено провести, не находятся в процедуре несостоятельности, а в связи с кризисными явлениями, характерными для сельскохозяйственных товаропроизводителей, а также всей экономики сельского хозяйства Российской Федерации, наши исследования носят прогнозный характер,

который позволит сделать выводы о возможном ухудшении финансового состояния и угрозе банкротства.

Поскольку авторам при проведении экспертной оценки бизнеса ближе сравнительный подход, поскольку он, на наш взгляд, имеет свои преимущества, так как основан на сопоставлении рассматриваемого бизнеса с аналогичным. Сравнительный метод широко применяется на Западе, но редко применим в российской экономической действительности. Однако нами было принято решение о проведении работы в сравнительном контексте и проведена попытка проанализировать крупнейшие птицеводческие предприятия Республики Татарстан.

Информационную базу исследования составили статистические материалы Госкомстата России и Республики Татарстан, годовые отчеты, данные бухгалтерской отчетности, нормативно-справочная литература.

Ликвидность является важнейшей характеристикой финансово-экономической деятельности предприятия в условиях рыночной экономики. Предприятие считается ликвидным, если оно имеет преимущество перед другими предприятиями того же профиля в привлечении инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков и в подборе квалифицированных кадров. Наконец, оно не вступает в конфликт с государством и обществом, т.к. выплачивает своевременно налоги в бюджет, взносы в социальные фонды, заработную плату — рабочим и служащим, дивиденды — акционерам, а банкам гарантирует возврат кредитов и уплату процентов по ним.

Чем выше ликвидность предприятия, тем более оно независимо от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры и, следовательно, тем меньше риск оказаться на краю банкротства.

Таблица 1 - Оценка ликвидности

| <b>Коэффициенты</b>                | <b>Челны-Бройлер</b> | <b>Птицефабрика Казанская</b> | <b>Ак-Барс-Пестерцы</b> | <b>Норма</b> |
|------------------------------------|----------------------|-------------------------------|-------------------------|--------------|
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 43,48%               | 0,44%                         | 5,59%                   | Больше 25%   |

| <b>Коэффициенты</b>                           | <b>Челны-Бройлер</b> | <b>Птицефабрика Казанская</b> | <b>Ак-Барс-Пестерцы</b> | <b>Норма</b> |
|---|----------------------|-------------------------------|-------------------------|--------------|
| Коэффициент быстрой (критической ликвидности) | 126,37%              | 55,98%                        | 60,93%                  | Больше 70%   |
| Коэффициент текущей ликвидности               | 193,13%              | 86,78%                        | 90,29%                  | Больше 200%  |
| Коэффициент восстановления платежеспособности | 105,96%              | 48,53%                        | 41,01%                  | Больше 100%  |

В российских условиях наиболее надежным показателем ликвидности можно считать коэффициент абсолютной ликвидности, в России его оптимальный уровень считается равным 20-25%. Если коэффициент абсолютной ликвидности меньше нормы, то компания не способна рассчитаться с задолженностью в кратчайшие сроки. ООО «Челны-Бройлер» имеет коэффициент абсолютной ликвидности больше нормального показателя – 43,48%.

Коэффициент срочной ликвидности - частный показатель коэффициента текущей ликвидности, по международным стандартам уровень коэффициента должен быть выше 100%, в России его оптимальное значение определено как 70-80%. Коэффициент срочной (критической ликвидности) рассчитывается для тех компаний, которые планируют рассчитаться с краткосрочной задолженностью. В нашем случае показатели всех трех компаний около нормы -70%.

По общепринятым стандартам считается, что коэффициент текущей ликвидности должен находиться в пределах от 100% до 200-300%. Нижняя граница обусловлена тем, что оборотных средств должно быть, по крайней мере, достаточно для погашения краткосрочных обязательств, иначе компания окажется под угрозой банкротства. Превышение оборотных средств над краткосрочными обязательствами

более чем в три раза может свидетельствовать о нерациональной структуре капитала. По нашим расчетам, наименее нестабильна работа ОАО «Птицефабрика Казанская» - 86,78%. Чуть больше у «Ак Барс-Пестрецы» - 90,29%.

Если коэффициент восстановления платежеспособности у предприятия равен или больше 100%, то в течение полугода оно сможет восстановить свою платежеспособность. Такие результаты имеются только у «Челны-Бройлер».

Таким образом, при оценке ликвидности трех сравниваемых предприятий можно сделать вывод о том, наиболее привлекательным является ООО «Челны-Бройлер», наиболее опасно положение ОАО «Птицефабрика Казанская».

Кроме ликвидности, для полноты представления о финансовом состоянии компаний необходима оценка финансового состояния, для чего принято рассчитывать коэффициенты, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Оценка финансового состояния

| <b>Коэффициент</b>  | <b>Челны-Бройлер</b> | <b>Птицефабрика Казанская</b> | <b>Ак Барс-Пестрецы</b> | <b>Норма</b> |
|---|----------------------|-------------------------------|-------------------------|--------------|
| Коэффициент концентрации собственного капитала (коэффициент автономности) | 41,52%               | 23,35%                        | 55,44%                  | Больше 50%   |
| Обеспеченность собственными оборотными средствами                         | -157,20%             | -148,09%                      | -14,75%                 | Больше 50%   |
| Уровень чистого оборотного капитала                                       | 10,28%               | -4,57%                        | -4,17%                  | Больше 20%   |
| Коэффициент соотношения   | 121,43%              | 290,51%                       | 80,23%                  | Меньше 70%   |

| Коэффициент                                   | Челны-Бройлер | Птицефабрика Казанская | Ак Барс-Пестрецы | Норма      |
|---|---------------|------------------------|------------------|------------|
| собственных и заемных средств                 |               |                        |                  |            |
| Коэффициент маневренности собственных средств | -74,22%       | -173,41%               | -10,31%          | Больше 50% |

Коэффициент концентрации собственного капитала (коэффициент автономности) показывает, что если его значение меньше нормы в 50%, то компания не способна рассчитаться с задолженностью в кратчайшие сроки. Такой выглядит ОАО «Птицефабрика Казанская» с 23,35%.

Недостаток собственных оборотных средств, судя по коэффициенту, испытывают все компании; самое тяжелое положение у «Челны-Бройлер» - 157,20% (с минусом).

Устойчивость финансового состояния определяется по уровню чистого оборотного капитала: если 20%, то финансовое состояние неустойчиво.

Потенциальная вероятность банкротства, а также опасность возникновения дефицита средств можно выяснить, рассчитав коэффициент соотношения собственных и заемных средств. Наиболее результативны в этом «АкБарс-Пестрецы» с 80,23%, против нормы в 70%.

Дополнительно нами были проведены расчеты коэффициента маневренности собственных средств, который еще раз доказывает неспособность компаний рассчитаться с задолженностью в кратчайшие сроки (при норме больше 50%, результаты не превышают -10,31% у «Ак Барс-Пестрецы», -74,22% у «Челны-Бройлер» и -173,41% у «Птицефабрики Казанская».

Таким образом, при определении финансового состояния ООО «Ак Барс-Пестрецы» находится в более преимущественном положении по сравнению с конкурентами.

Таблица 3

## Оценка деловой активности

| Коэффициент  | Челны-Бройлер | Птицефабрика Казанская | Ак Барс-Пестрецы | Норма       |
|--|---------------|------------------------|------------------|-------------|
| Период оборота запасов и затрат                    | 49,7%         | 77,3%                  | 56,70%           | Меньше 48%  |
| Период погашения дебиторской задолженности         | 28,67%        | 129,25%                | 93,13%           | Меньше 60%  |
| Период оборота собственного капитала               | 163,33%       | 134,51%                | 179,63%          | Меньше 160% |
| Период оборота основных средств                    | 249,18%       | 481,68%                | 172,66%          | Меньше 130% |
| Отношение кредиторской задолженности к дебиторской | 42,35%        | 97,68%                 | 68,78%           | Равно 100%  |

Коэффициенты деловой активности характеризуют эффективность использования предприятием своих средств. По данным, представленным в таблице 3, критичного несоответствия нормативу не показала ни одна компания, кроме «Челны-Бройлер» только при расчете периода погашения дебиторской задолженности. Данный результат означает высокую оценку деловой активности организаций.

Но наиболее важным критерием предприятий, на наш взгляд, является, безусловно, рентабельность компаний, ее оценку можно проверить по отдельным коэффициентам; результаты представлены в таблице 4.

## Оценка рентабельности

| <b>Коэффициент</b>                   | <b>Челны-Бройлер</b> | <b>Птицефабрика Казанская</b> | <b>Ак Барс-Пестрецы</b> | <b>Норма</b> |
|--------------------------------------|----------------------|-------------------------------|-------------------------|--------------|
| Рентабельность продаж                | 97,19%               | 44,75%                        | 295,71%                 | Больше 25%   |
| Рентабельность активов               | 13,19%               | 0,37%                         | 2,10%                   | Больше 20%   |
| Рентабельность собственного капитала | 30,90%               | 1,01%                         | 3,73%                   | Больше 40%   |
| Общая рентабельность                 | 16,67%               | 0,74%                         | 2,74%                   | Больше 0     |
| Чистая норма прибыли                 | 16,22%               | 0,51%                         | 6,69%                   | Больше 0     |

О высокой рентабельности продаж изучаемых предприятий свидетельствуют показатели, превышающие норму в 2-11раз, что позволяет сделать вывод о высокой рентабельности прибыльности.

Рентабельность активов – если показатели ниже нуля, то компания убыточна.

Очень низка рентабельность собственного капитала у ОАО «Птицефабрика Казанская» (1,01%), в то время как нормой считается это значение больше 40%. Тем не менее, все компании имеют хорошую общую рентабельность (от 0,74% у ОАО «Птицефабрика Казанская», 2,74% у «Ак Барс-Пестрецы» и 16,22% у ООО «Челны-Бройлер»).

По чистой норме прибыли также ООО «Челны-Бройлер» является лидером с 16,22%, 6,69% - у «Ак Барс-Пестрецы», 0,51% - ОАО «Птицефабрика Казанская».

Коэффициент соотношения собственных и заемных средств или так называемый «финансовый рычаг» имеет высокое отклонение у «Челны-Бройлер», но при высокой рентабельности и текущей ликвидности, сохраняя эффективность деятельности, через некоторое время компания выйдет на уровень финансовой устойчивости. ООО «Ак Барс-Пестрецы» имеет минимальное отклонение от «финансового рычага», но низкая ликвидность и низкая рентабельность свидетельствуют о неэффективности менеджмента компании, возможно, следует

пересмотреть стратегию развития и провести анализ затрат. У ОАО «Птицефабрика Казанская» при высоком отклонении от «финансового рычага», низкой ликвидности и рентабельности велика вероятность банкротства. Задача менеджмента, на наш взгляд, заключается в консолидации усилий по сокращению затрат, избавлении от избыточных активов и усилении контроля за движением денежных средств. Все эти мероприятия являются атрибутами режима жесткой экономики.

Таким образом, при проведении сравнительного анализа финансовых показателей предприятий – конкурентов выявились слабые и сильные стороны финансовой деятельности предприятий, что позволит в дальнейшем менеджменту разработать мероприятия по повышению конкурентной позиции на конкретном региональном рынке.

#### **Список литературы:**

1. *Гизатуллин, М. И.* Как избежать банкротства. Рецепты финансового оздоровления предприятия. - ГроссМедиа, 2004. - С. 303.
2. *Вараксина, Н. М.* Финансовое состояние крупнейших российских предприятий и возможности их финансового оздоровления / Н. М. Вараксина, С. Е. Кован, В. А. Вараксина // Налоговый вестник. - 2001. - Июнь. - № 6.
3. *Фисинин, В. И.* Птицеводство стран мира в конце XX века / В. И. Фисинин, С. А. Данкверт, А. М. Холманов, О. Ю. Осадчая // М.: 2005. — 338 с.
4. *Карюкина, К. И.* Новые формы организации производства в птицеводстве / К. И. Карюкина // Экономика сел. хоз-ва. - 1980. - № 8. - С. 30-36.
5. *Бобылева, Т.* Нужны адекватные меры / Т. Бобылева // Птицеводство. - 1999. - № 6. - С. 5.
6. *Ковалев, В. В.* Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. - М.: Финансы и статистика, 1996. — 512 с.
7. *Шеремет, А.* Методика финансового анализа / А. Шеремет, Р. Сайфулин // М.: Юни-Глоб, 1996. - 172 с.

## **ЯВЛЯЕТСЯ ЛИ ИНФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ РЕСУРСОМ?**

**Алтунина Т.М., канд. экон. наук**

*Уральский государственный лесотехнический университет*

В настоящее время в некоторых учебниках по экономической теории принято включать в список экономических ресурсов информацию (см., например, [1]), в то время как классические учебники (например, [2] или [3]) ограничиваются при перечислении ресурсов известной триадой "труд, земля, капитал". Однако дальнейший текст этих современных учебников повторяет полностью основные ключевые идеи классической экономической теории, разработанные изначально лишь для триады ресурсов, а именно:

- редкость ресурсов,
- потерю потребительских свойств ресурсов в процессе их потребления,
- рациональность поведения потребителей,
- проблему выбора экономических субъектов и т.д.

Разберемся, как соотносятся эти положения с информацией. Для начала требуется определить, что именно понимается под информацией.

Советский энциклопедический словарь [4] определяет информацию как "общенаучное понятие, включающее обмен сведениями между людьми, человеком и автоматом, автоматом и автоматом; обмен сигналами в животном и растительном мире; передачу признаков от клетки к клетке, от организма к организму". Упрощая, можно сказать, что в данном определении информация приравнивается к сигналу, а основой проявления информации является некий акт передачи этого сигнала.

Один из основоположников кибернетики Шеннон определяет информацию, как "снятую неопределенность", то есть в его интерпретации информация становится аналогичной с пониманием, восприятием. В информатике (то есть науке об информации) вообще принято оперировать вместо термина "информация" термином "информационные ресурсы", под которыми подразумевается некая система знаний. Той же точки зрения (информация равна знанию) придерживается и крупнейший современный представитель научного менеджмента Питер Друкер (см., например, [5]), который ввел в научный обиход термин "экономика знания".

В философии представлен огромный диапазон различных мнений, каждое из которых имеет под собой достаточно веские основания. Например, существует точка зрения, что информация равнозначна идее, так как различные субъекты способны воспринимать и реагировать (хотя и по-разному!) на одну и ту же информацию. Скажем, звуковую информацию (музыку, слово, шум и т.д.) может воспринимать и человек, и животное, и растение; и даже камень трескается, если воздействовать на него диссонансным аккордом. В этом случае обычно считается, что информация существует объективно, вне зависимости от способности того или иного субъекта ее воспринимать. Существует и прямо противоположная точка зрения, согласно которой информация существует только в разуме мыслящего существа, и имеет лишь субъективное существование, то есть информация вновь приравнивается к восприятию.

В экономической теории пока также не существует единого определения информации. В связи с этим именно неопределенность термина "информация" дает возможность молчаливо подразумевать, что к информации, как к другим экономическим ресурсам, можно применять основные положения экономической теории. Однако это не совсем так.

Возьмем ключевую аксиому экономики - редкость, или ограниченность ресурсов, и сразу же увидим, что данная аксиома не применима к информации, особенно если информацию трактовать как знание или идею. Причем под знанием в данном случае понимается некая истина, а не набор сведений, известных человечеству в данный момент. Тогда становится понятно, что такое знание неограниченно ни по существу, ни по количеству, ни по времени, ни по качеству. В средние века были убеждены, что знание ограничено, поэтому наука не может дальше развиваться, так как уже узнала, все, что только возможно об окружающем мире. Однако позже оказалось, что это отнюдь не так.

Неприменимость аксиомы потери потребительских свойств ресурса в процессе его потребления еще более очевидна, причем вне зависимости от трактовки термина (знание, идея, сигнал, восприятие и т.д.). Одну и ту же информацию (например, знание о законах природы) можно потреблять неограниченное количество раз неограниченным количеством потребителей, от этого она не убудет, не исчезнет и не ухудшится.

Рассмотрим аксиому рациональности поведения потребителей. Из этой аксиомы вытекает, что если два потребителя находятся в одних и

тех же условиях, если одни и те же ресурсы имеют для них одинаковую доступность, они выберут одно и то же. Для информации этот вывод также неприменим. Во-первых, давно известно, что восприятие человека избирательно. Например, глубоко погруженный в интересное дело человек не видит и не слышит ничего, что происходит вокруг, хотя глаза у него могут быть открыты, и уши не заткнуты. Гештальт-психология дает еще более убедительные доказательства избирательности человеческого восприятия (см., например, В.Келлер "Некоторые задачи гештальтпсихологии" в хрестоматии [6]). Таким образом, если информация равнозначна восприятию, то получается, что информация различна для всех, так как каждый человек воспринимает только то, что он может и хочет воспринимать. Первое определяется способностями конкретного человека и имеющейся системой знаний в обществе, в пределах которой развивались эти способности; второе - мировоззрением человека, системой его ценностей и его характером.

Одним из особенностей информации является также ее неполнота, как фундаментальное свойство, возникающее из-за несовершенства восприятия человека, из-за неполноты системы знаний о мире, невозможности получения или передачи информации при имеющихся условиях и т.д. Вспомним знаменитую буддийскую притчу об описании слона несколькими слепцами, один из которых утверждал, потрогав одну из частей слона, что слон - это разновидность стены, другой - что слон - это колеблющийся веер, третий - что это веревка, четвертый - что это шланг и т.п. Каждый был настолько уверен в своей правоте и неправоте остальных, что они подрались. Проблема же состояла в том, что для правильной интерпретации факта, называемого "внешний вид слона", необходима была дополнительная способность восприятия - зрение, которой эти слепцы были лишены, а одно только осязание не давало возможности сделать правильное заключение.

При работе с информацией свойство ее неполноты и невозможности восприятия любого факта во всей полноте, приводит к тому, что интерпретацию информации во многом определяет способ подачи, ее форма. Например, ее можно разбить на кучу маленьких фактиков, щедро разбавив каждый из них "водой", и таким образом похоронить ее для сознания конкретного потребителя, который ее, скорее всего не увидит. Можно, наоборот, очистить от всей шелухи лишних слов, выстроив конкретные факты друг за другом, например, в форме таблицы или графика - и таким образом практически вколотить информацию в сознание, особенно если данная информация носит шокирующий характер для конкретного потребителя. Понятно, что в

этих двух случаях два потребителя, получив одну и ту же информацию, но в разной форме, сделают разный выбор.

И, наконец, стоимость. Как известно, экономические ресурсы имеют стоимость, которая определяется соотношением спроса и предложения. Только свободные ресурсы, в отличие от экономических, бесплатны. Стоимостью на рынке обладает не сама информация, а только ее материальные носители, то есть уже воспринятая и переработанная информация, и только в тех случаях, если доступ к этим носителям ограничен. Носителями информации может быть что угодно - книги, записи, файлы, снимки, глиняные таблички, образцы продукции, сами люди и т.д. Информация при этом остается бесплатной.

Сами носители информации также становятся бесплатными, если доступ к ним не ограничивать - например, общедоступная информация в сети Интернет. Поэтому так бьются производители за пресечение нарушения имущественных авторских прав. Фильм или музыка сами по себе - бесплатны и не теряют своих потребительских свойств, если их можно напрямую скачать из Интернета. Если же этого сделать нельзя, тогда материальный носитель этой информации, например, диск, получает вполне определенную цену, размер которой напрямую связан с ограниченностью доступа к нему.

Из приведенного выше также следует, что человек, как носитель способности перерабатывать и воспринимать информацию, становится существенным фактором ценообразования в современной экономике. Без этих способностей никакой материальный носитель информации не будет иметь цены - на них не будет спроса - если потребитель не будет иметь способности усваивать эту информацию. В отличие от известного афоризма "спрос определяет предложение", для информации более справедлива фраза "имеющееся предложение формирует спрос".

Таким образом, если под информацией понимать идеи, факты, законы, информация становится свободным, а не экономическим ресурсом, и не имеет цены.

Если под информацией понимать имеющуюся систему знаний, восприятие, или понимание этих идей, фактов и законов, то сама по себе информация также не имеет цены, но ее материальный носитель уже становится реальным экономическим ресурсом, имеющим вполне определенную цену. При этом обязательно наличие хотя бы нескольких ограничивающих факторов:

- ограниченный доступ к информации, или к ее носителям,

- ограниченное количество экономических субъектов, обладающих этой информацией,
- ограниченная возможность восприятия информации, связанная со способностями людей, пытающихся эту информацию воспринять,
- ограниченность системы знаний, имеющейся в настоящий момент в человеческом обществе,
- ограниченность конкретной формы информации, представленной на определенных носителях.

#### **Список литературы:**

1. *Станковская, И. К.* Экономическая теория: учебник: 3-е изд., исправ. / И. К. Станковская, И. А. Стреле. - М.: Эксмо, 2008. - 448 с.
2. *Хайман, Д. Н.* Современная микроэкономика: анализ и применение / Д. Н. Хайман // В 2-х т. Т.1. Пер. с англ. - М.: Финансы и статистика, 1992. - 384 с.
3. *Сломан Дж.* Экономикс. Экспресс-курс. 5-е изд. - СПб: Питер, 2007. - 608 с.
4. Советский энциклопедический словарь - 4-е изд. / Под ред. А.М. Прохорова. - М.: Советская энциклопедия, 1989. - 1632 с.
5. *Друкер П.* Задачи менеджмента в XXI веке. - М.: Вильямс, 2007 - 286 с.
6. История психологии (10-е-30-е гг. Период открытого кризиса): Тексты - 2-е изд. / Под ред. П.Я. Гальперина, А.И.Ждан. - М.: Изд-во МГУ, 1992. - 364 с.

## **К ВОПРОСУ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ И СНИЖЕНИЯ ПОЛЯРИЗАЦИИ РЕГИОНОВ-РЕЗИДЕНТОВ ЮФО**

**Артюшкова Н.П.,  
Ешугова Р.Н.**

*Кубанский государственный технологический университет*

Исследование региональных социально-экономических систем в рамках Южного федерального округа выявило, пожалуй, наиболее актуальную проблему развития геоэкономического национального пространства современной России. Речь идет о существенном различии в темпах, характере и результатах развития регионов-резидентов. Так, вклад (доля) валового регионального продукта Краснодарского края в ВВП России в десятки раз превышает аналогичный показатель Республик Адыгея и Калмыкия. Такое неравномерное развитие территориально-локализованных систем в рамках одного федерального округа создает предпосылки для образования и усугубления процессов поляризации социально-экономического развития регионов резидентов, что отрицательно сказывается на качестве жизни граждан этих регионов. Наличие и усугубление поляризации, помимо различий в качестве жизни приводит к развитию ряда негативных процессов, в основе природы которых лежат различия в социально-экономическом статусе населения регионов. Так, низкие доходы (а отсталая экономика не может формировать высокие доходы граждан) порождают процессы социальной дестабилизации, миграции, снижения образовательного уровня и, как следствие, снижение конкурентоспособности региона, как системы, привлекающей на свою территорию производительные силы в рамках глобального мирового пространства.

Ускоренное инновационное развитие стран-соседей на фоне ускорения процессов глобализации в этой ситуации может восприниматься как катализатор процессов специализации территорий причерноморского региона и закрепление за ЮФО статуса второстепенной обслуживающей территории. Недостаточно эффективное развитие инноваций, конъюнктурное и сервисное несовершенство потребительского сектора экономики, асимметрия социально-экономического развития делает регионы ЮФО рынком потребления продукции с максимальной добавленной стоимостью, произведенных в других странах (речь идет о продукции туристического, промышленного, инновационно-генерирующего

секторов экономики). При этом территориально-локализованные системы юга России (региональные экономики) по-прежнему производят низкопроизводительную продукцию, которая может быть продана только на внутреннем рынке или участвуют в процессах мировой торговли за счет выгодного геоэкономического положения.

Анализируя формы и методы государственного регулирования развития социально-экономических систем на федеральном уровне, можно прийти к выводу о превалировании прямого государственного субсидирования региональных экономик и инвестирования в основные производственные фонды. Как показал анализ, за последние 10 лет эффективность государственных инвестиций (рассчитанная как отношение ВРП к государственным инвестициям) снизилась в 9 раз, что свидетельствует о крайне низкой эффективности такой формы государственного регулирования развития регионов ЮФО.

Все попытки государства снизить социально-экономическую поляризацию за счет «перетока» государственных финансовых потоков из регионов-доноров к регионам-реципиентам также потерпело фиаско за счет формирования государством среды деградации региональных экономик регионов-реципиентов. Такие регионы за счет государственного субсидирования лишаются объективных рыночных предпосылок развития и ожидают еще больших государственных субсидий (что зачастую порождает попытки искусственного создания очагов напряженности как меры привлечь внимание органов государственной власти и добиться от государства еще больших субсидий).

В связи с этим остро встает вопрос о разработке, научно-практической апробации и применении в практике государственного регулятивного воздействия на региональную экономику новых форм и методов государственного воздействия.

Проведя исследование факторов конкурентного регионального лидерства, выделив достоинства и недостатки региональных экономик в рамках ЮФО, можно сделать вывод о том, что территория ЮФО неоднородна по природно-климатическим, геоэкономическим, инфраструктурным, социокультурным, демографическим и потребительским характеристикам, следовательно, необходимо формировать на территории ЮФО центры (генераторы) ускоренного экономического роста по отраслевому признаку, содействуя процессам притяжения и обслуживания этих центров другими территориями. Основная идея при этом – не бороться с поляризацией, а использовать

положительные аспекты этого социально-экономического процесса для ускоренного развития регионов ЮФО.

Создание центров регионального отраслевого роста, содействие процессам агломерации, диффузии социально-экономического успеха через предложение хозяйствующим субъектам новых мер совершенствования институциональных, инфраструктурных аспектов, развитие новых эффективных форм государственно-частного партнерства, снижение давления на экономическое и социальное развитие административно-территориального деления – вот вектор новой государственной регулятивной политики, основная цель которой снижение социальной напряженности в регионах-реципиентах и выравнивание качества жизни в геоэкономическом национальном пространстве современной России.

## **АНАЛІЗ ПЕРЕВАГ СПОЖИВАЧІВ ПРИ ВИБОРІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**Бабенко Н.О., канд. екон. наук, доцент**

*Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

Ресторанний бізнес України є привабливим для міжнародних компаній, які за умов стабілізації політичного та економічного стану держави, мають наміри реалізувати стратегічні програми щодо організації та розвитку франчайзингових ресторанних мереж в Україні. А так, як кількість відкритих закладів в Україні раз на тридцять менше, ніж в країнах Європи та в Америці. То можна сказати, що Україна - найбільш приваблива в Європі для інвестицій в ресторанний бізнес.

Зараз в Україні активно розвиваються мережі японських ресторанів. Серед них такі відомі мережі, як «Якіторія», «ЯпонаХата», «СушіЯ», «Муракамі» та ін. Цьому сприяє високий попит даної продукції серед українців, що обумовлений різними факторами, а також потужним трендом зростання популярності здорового способу життя. Приваблюють клієнтів різноманітні акції та спеціальні пропозиції, що пропонують заклади японської кухні. Жага до нового, екзотичного та не звичайного також викликає бажання відвідати японський ресторан, зануритися в атмосферу закладу та скуштувати японську кухню.

Терпимість до інших культур та релігій, як кажуть дослідники, в українців у генах. Ми дуже швидко переймаємо чужі звички та традиції. Можна прослідкувати як кожного року в країні відкриваються нові та нові ресторани японської кухні, входили в моду слова “суші” й “сашімі.” І це в країні, кулінарні традиції якої люблять і цінують усюди. Українці замість вареників чи борщу, які подають у багатьох ресторанах світу, почали їсти варений рис та сиру рибу.

Все це призвело до того, що багато страв української кухні почали забуватись, багато ж з них зазнали змін в рецептурі та способах приготування, внаслідок чого погіршали і їх смакові якості. Сучасна молодь вже не може похвалитись тим, що гарно знає свою рідну національну українську кухню.

Зараз на ринці громадського харчування України відбувається експансія мережами ресторанів японської кухні, зниження долі ресторанів з національною кухнею. Знищується національні традиції та культура. Вона забувається молоддю. До речі, серед клієнтів японської ресторанів саме молодь є найбільшим сегментом.

Образ ресторану української кухні представлений у вигляді етнічної хатинки з яскраво розмальованими стінами та різним тематичним приладдям на стінах. А персонал обов'язково обтягнений в український костюм. Народними етнічними мотивами зараз здивувати можна лише туристів, або ностальгуючих міських жителів за ідеалізованими пейзажами з білими хатинами та червоною калиною. Це може бути хата коваля, рибака, мірошника і просто сільська хата – тобто відображати образ колишнього простого сільського життя.

Треба сказати, що такий клас ресторанів завжди залишатиметься популярним і буде розвиватися завдяки особливій любові українців до всього з глибин народного. Однак можна подати українські по духу страви у сучасному інтер'єрі? Пограти з подачею, зберігши при цьому технології приготування страви. Додати нового смаку не тільки у саму страву, а й в антураж.

В ході маркетингового дослідження переваг клієнтів при виборі ресторанів японської або української кухні проведено анкетування. Кількість опитаних становило 400 чоловік.

Під час аналізу було виявлено, що 25 % опитаних віддають перевагу японській кухні, ще 25 % - європейській та 20 % - українській, 15% - італійській, 10% - кавказькій та 5% - китайській. 48 % опитаних відвідують ресторани, щоб провести час з друзями та розважитись, 28 % щоб поїсти (з них 18 % надають перевагу українській кухні), 20 % - провести ділову зустріч.

Аналіз показав що 55 % опитаних відвідують ресторани дуже часто (серед них 30 % надають перевагу японській кухні та 13% українській), 40 % опитаних відвідують ресторани раз на місяць.

Найважливішим для клієнтів при виборі ресторану є цінова політика закладу та якість продукції. Також до п'ятірки важливих переваг увійшли швидке обслуговування, близьке розташування до транспорту та рекомендації знайомих.

Отримані данні показали, що основними клієнтами, які відвідують заклади японської кухні є особи у віці 18- 35 років з середнім доходом 300-450 у.е. Серед них 40% - чоловіки та 60% - жінки. Основними мотивами відвідування клієнтами японських ресторанів є:

- бажання спробувати нові екзотичні страви - 41 %;
- відомість брендів ресторанів – 15 %;
- переконаність, що японська кухня дієтична та корисна – 22 %;
- різноманітність акцій та пропозицій – 15 %;
- інші – 7 %.

Основними клієнтами українських ресторанів є особи віком 20-45 років з середнім доходом від 250-400 у.е. Серед них 65 % чоловіки та 35 % жінки. Основними мотивами відвідування клієнтами ресторанів з українською кухнею є:

- надання переваги українській їжі, як тій що добре знають та люблять – 53 %;
- подобається смачна та ситна їжа – 33 %;
- зручне місце розташування – 10 %;
- інші – 4 %.

Японські кухня в Україні відрізняються від японської кухні в Японії.

Перше і найголовніше відміну японської кухні в Україну та японської кухні в Японії - якість продуктів. Там використовують виключно свіжу (не заморожену) рибу. Тому японці віддають перевагу сашімі, перед ролами. Свіжа риба настільки смачна, що не має ніякого сенсу додавати до неї будь-які інші інгредієнти.

В Україну не розводять ті види риб, які використовуються для приготування в японській кухні. Вся риба імпортується до нас з інших країн. Постачати її в охолоджену вигляді практично не можливо - в такому вигляді риба не може зберігатися довго. Рибу в Україну привозять у стані шокової заморозки. Це тип заморозки при температурі - 30 градусів.

Потрібно розрізняти поняття: риба і морепродукти в нашому раціоні і японській кухні. Іншими словами, карасі в сметані або запечений короп і сира риба в стравах японської кухні - це різні речі. Наші ферментні системи адаптовані під європейську систему харчування. Ми звикли до вареної, смаженої або тушкованої риби, у той час як сиру їжу наша ферментна система не готова переварювати.

Другий важливий момент - якість продуктів, з яких готуються суші в Україну. Не завжди можна бути впевненим, що всі продукти, які використовують для приготування японських страв, потрапили до України легально та сертифіковані. Адже коли мова йде про харчування, потрібно бути гранично уважними до питань якості продуктів, умов їх зберігання та перевезення.

Чим небезпечне вживання японських страв:

1. У сирій риби можуть бути гельмінти. Глисти чудово переживають глибоку заморозку, так що заселити організм паразитами, пообідавши в японському ресторані, нескладно.

2. У привізній рибі і моллюсках можуть міститися хімічні домішки і токсичні речовини. Наприклад, при заморожуванні риби в неї додають

спеціальні речовини, що дозволяють затримувати воду (фосфати, карагенан). Подібні домішки викликають токсикоз, алергічні реакції, отруєння. Це може виявлятися шкірними висипаннями, порушеннями роботи печінки, серця, головного мозку, нирок.

3. У людини може бути алергія на незнайомі продукти. Скажімо, якщо огірок у ролах - знайомий організму овоч, то на авокадо цілком може бути алергія. Не кажучи вже про використовувані в японській кухні соуси, а також імбир і васабі.

Виходячи зі сказаного вище, користь японської кухні - не в конкретних стравах, а в принципах їх приготування і вживання. Це невисока калорійність страв, наявність в стравах великої кількості корисних речовин, невеликі порції. Але не треба забувати й про наслідки, які можуть спричинити вживання японської їжі українцем.

Українську кухню дуже люблять і в Росії, і за кордоном. Українські страви подають в багатьох ресторанах інших країн.

Звичайно ринок завжди буде пропонувати нові та нові товари, та послуги, нову кухню, щоб задовольнити та здивувати клієнтів. Ресторанний бізнес буде завжди мати клієнтів бажаних скуштувати нові страви та побачити щось екзотичне чи незвичне. Та не слід забувати про нашу українську національну кухню. Треба виховувати у молоді любов до рідної кухні та національним традиціям.

Всім відомо, що увагу молоді привертають бренди, модні та креативні концепції ресторанів. Тож чому б не використати це як перевагу для привабливості її до ресторанів з українською кухнею.

Щоб привабити молодь пропонуємо:

- створити новий імідж мережі ресторанів з українською кухнею, або змінити імідж старим ресторанам;
- позиціонувати заклади з українською кухнею, як модне місце, у якому можна приємно провести час з друзями;
- вводити культурні програми які б дозволили відвідувачам дізнатися щось нове та цікаве, поспілкуватися, подивитися шоу чи прийняти участь у грі;
- створити різні види закусок та нові страви з цікавими назвами та оформленням, адже різноманітність українських продуктів це дозволяє;
- важливим буде впровадження акцій та пропозицій;
- використовувати креативні ідеї для розробки концепції та інтер'єру ресторану.

## ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

**Балабанова Г.Г., ст. преп.**

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

Эксперты, работавшие над стратегией развития страны до 2020 г. в отчетном докладе «Новая модель роста - новая социальная политика» указали на несостоятельность социальной и экономической политики, проводимой в последние годы, и предложили свой вариант решения проблем, накопившихся за последние десятилетия. По их мнению, рывок должен быть совершен не столько за счет увеличения добычи полезных ископаемых, расширения внутреннего рынка и т.п., сколько за счет роста качества человеческого капитала. Что предполагает изменение системы экономических и трудовых стимулов, но главное - решение проблемы неравенства доходов населения.

Проблема неравенства доходов опять выдвинута на первый план, несмотря на то, что согласно данным Росстата доля населения с доходами ниже прожиточного минимума снизилась с 29 % в 2000 г. до 16,1 % - 22,9 млн. человек (следует заметить, что прожиточный минимум не пересматривался на протяжении многих лет, тогда как он должен соответствовать современному уровню жизни) [1].

Как показывает обзор литературы, острота социальной проблемы сохраняется. В доказательство приведем несколько примеров.

Во-первых, минимальная зарплата заметно выросла, но примерно у трети работников она все еще не дотягивает до 1,5 прожиточного минимума, а у каждого пятого работающего - ниже прожиточного минимума. Так, по данным Росстата, число бедных в стране (доход ниже прожиточного минимума, т.е. меньше 6473 руб.) по разным оценкам насчитывается от 17,6 до 23 млн. человек.

Во-вторых, экономика уже почти два десятка лет пребывает в состоянии глубокого кризиса системного порядка, что ведет к дальнейшему падению реальных доходов основной массы населения, разрастанию бедности. Продолжается не только расслоение общества по уровню доходов, но и происходит изменение структуры бедного населения, появилась новая категория «работающие бедные». Вероятность оказаться в наиболее уязвимой группе работников и трудиться за минимальную заработную плату увеличивается с возрастом для женщин и молодым специалистам со стажем работы 2-5 лет (21-27% от общего числа молодых специалистов). Работники

средней квалификации, не говоря о низкой, все более не востребованы, поскольку в условиях высокотехнологичных производств требования к квалификации кадров повышены.

В-третьих, в последнее время среди бедных трудоспособного возраста наблюдается рост доли экономически неактивного населения. И это подтверждается статистическими данными. Если в 2000 г. 5,9 млн. трудоспособных мужчин не желали работать, то в 2009 г. их число выросло до 6,3 млн. [1] Эксперты предупреждают не только о воспроизводстве бедных, но и одновременном формировании у них особой субкультуры бедности, т.е. о люмпенизации населения. Согласно официальным источникам, носителей субкультуры бедности в России насчитывается около 5 млн. чел. (без учета бомжей и нелегальных мигрантов). В крупных городах она формирует городское дно, прежде отсутствовавшее в российском обществе в таком виде и масштабе.

В-четвертых, рост численности детей в бедных семьях ведет к падению качества человеческого потенциала страны. Например, установлено, что дети из бедных семей являются группой медико-социального риска. Заболеваемость в этой группе в 1,35 раза выше, чем аналогичный показатель у их сверстников. При оценке физического развития более чем у половины (52,5%) у этих детей регистрировалось отставание от нормы. Почти каждый третий ребенок (32,1%) имел хроническую патологию. [2]

Для изменения данной ситуации, отмечают эксперты, понадобится увеличить расходы бюджета на решение этих проблем всего лишь на 4% от ВВП, но в дальнейшем это позволит бюджету ежегодно сократить расходы на эти цели до 2% ВВП.

В-пятых, о результатах политики доходов и заработной платы можно судить по удельному весу среднего класса. Если он превышает половину населения, то это свидетельствует о том, что доходы в обществе распределены достаточно равномерно и созданы условия для роста благосостояния. В развитых странах удельный вес среднего класса достигает 70%. К сожалению, у нас средний класс немногочислен и он остается уязвим перед «шоковыми» изменениями в экономике и в случае снижения доходов, сбережений может пополнить ряды беднейших слоев населения.

Из всех показателей, характеризующих степень социально-экономического неравенства, наиболее важным является величина доходов, определяющая уровень жизни людей, мотивацию трудовой и деловой активности, степень социальной напряженности и т.п.

С переходом к рынку были сняты запреты на свободный выбор человеком направлений своей деятельности, произошла трансформация всех социально-экономических отношений в производстве, распределении, обмене и потреблении. Частная собственность и рынок усиливали свое воздействие на формирование доходов и заработной платы. Изменилась структура доходов. В ней появились новые виды доходов - от частной собственности (проценты, дивиденды и т.п.), предпринимательской деятельности (плата за предпринимательскую деятельность в виде части прибыли, процента, ренты).

Но, несмотря на все преобразования, к сожалению, заработная плата остается основным источником доходов для подавляющего большинства наемных работников, необходимым средством возобновления способности к труду. Отсюда вполне закономерно стремление работников добиваться повышения заработной платы хотя бы в соответствии с ростом цен (хотя заработная плата должна расти опережающими темпами в сравнении с динамикой цен на товары и услуги). Задача состоит в том, чтобы в максимальной степени приблизить уровень заработной платы к стоимости и цене рабочей силы. Но как добиться при этом оптимального сочетания интересов работников и работодателей? Это возможно за счет обеспечения экономического роста и повышения производительности труда, от этого выиграют обе стороны трудовых отношений.

Помимо свободы на выбор деятельности, еще одним результатом институциональных преобразований явилась многоукладность экономики, выделение частного сектора в самостоятельный сегмент. Это, в свою очередь, привело к изменению ситуации на внутреннем рынке труда. Частный сектор ежегодно стал увеличивать спрос на рабочую силу. Так за два десятилетия по данным Росстата за 2011 г. доля работающих на предприятиях частной формы собственности выросла с 44,3 до 58,6% от числа занятых в экономике. Оплата труда в предприятиях частой формы собственности находится ниже среднего уровня по России - 17290 руб. Для сравнения - на государственных предприятиях она составила 18817 руб., на предприятиях смешанной российской собственности - 23 893 руб., на предприятиях с иностранным участием - 31 848 руб. [4] Конечно, существенное влияние на дифференциацию заработной платы оказывают развитие рыночных отношений, численность экономически активного населения, число безработных и т.п. Но в целом в пределах отдельных отраслей и профессий эти различия должны быть не столь невелики, поэтому такой разброс необоснован. Однако страшен не этот разброс в оплате труда.

Страшно необоснованное различие в оплате труда между мужчинами и женщинами (например, разница между заработной платой мужчин и женщин в таком высокооплачиваемом секторе экономики как добыча полезных ископаемых, составляет 24%), между руководящим составом и наемными работниками, между чиновниками и работниками различных отраслей. Так, в первом полугодии 2011 г. зарплата госслужащих составляла в среднем по данным Росстата 35,3 тысячи рублей в месяц. В аппарате правительства средняя заработная плата гражданских служащих в I кв. 2011 г. составила 67,9 тыс. рублей, в Совете Федерации - 54,3 тыс. рублей, в Госдуме - 38,5 тыс. рублей. В государственных органах, органах местного самоуправления РФ и избирательных комиссиях муниципальных образований работало в 2010 году 1,648 млн. человек (они составляют 2,18% от численности экономически активного населения). Сегодня, по данным Минфина, в гражданских министерствах и ведомствах насчитывается около 465 тыс. госслужащих. За десятилетия аппарат чиновников вырос более чем 1,5 раз (не смотря на все заверения о сокращении численности чиновников), и чтобы прокормить одного чиновника, сегодня работают 45 человек [2].

Чтобы выйти из столь бедственного положения, следует: во-первых, не принуждать работодателей повышать заработную плату, поскольку эти требования не помогут снизить масштабы бедности, а приведут только к дальнейшему усилению кризисных явлений. Наоборот, необходимо перейти к политике «развивающего роста» заработной платы, когда повышение заработной платы вызывает последовательное расширение покупательного спроса и рост производства, создавая тем самым предпосылки для нового повышения оплаты труда. Для этого необходимо, чтобы заработная плата выполняла свои экономические функции. Согласно новой концепции реформирования заработной платы (разработанной Институтом труда), предполагающей организацию заработной платы на принципах стоимости (цены) рабочей силы, а не определения ее как доли в доходе предприятия (работодателя), она призвана выполнять в рыночной экономике три основные функции:

- обеспечивать работнику объем потребления материальных благ и услуг, достаточный для расширенного воспроизводства рабочей силы, т.е. способности к физическому и интеллектуальному труду (воспроизводственная функция);
- формировать для работодателя определенный производственный результат от применения приобретенной им рабочей силы, т.е.

позволяющий ему, в конечном счете, получить ожидаемую прибыль или валовой доход, для наемного работника - формировать заинтересованность в продуктивном труде (стимулирующая функция);

- выступать регулятором спроса и предложения на продукцию или услуги конечного потребления, а также на рабочую силу определенного качества на рынке труда (регулирующая функция).

Во-вторых, связать решение социальной проблемы с принципиально новой моделью социально-экономического развития страны. Нынешняя модель, «завязанная на трубу», не способна решить проблему и способствовать развитию в целом, она наоборот ведет к нарастанию противоречий. Как известно, для обслуживания «экономики трубы» достаточно примерно 70-80 млн. человек. О повышении роста благосостояния остальных ей не следует и заботиться.

Новая модель должна быть также направлена на сохранение и развитие малых городов, поселков, деревень на всей территории, а не на укрепление мегаполисов и увеличение их финансирования. Это повысит не только уровень жизни, но и качество человеческого капитала.

В-третьих, в городах и поселках следует сделать основной упор на собственников домов и на большие семьи (в которых не менее трех детей), всячески поощрять строительство подобной недвижимости. Стимулирование многодетности возможно посредством выплаты зарплаты матерям после появления на свет третьего ребенка, потому что материнство является гигантским вкладом в развитие страны. Помимо этого, следует обеспечить малые города, поселки работой, что будет способствовать их возрождению (примером служат программы, проводимые в Белгородской области).

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что низкий уровень оплаты труда не способствует росту его производительности, приводит к утрате заработной платой своих функций, не способствует вовлечению людей в процесс труда, повышению качества, эффективности труда. К тому же достойная оплата труда должна стать основой предотвращения социальной деградации, условием роста внутреннего рынка.

#### **Список литературы:**

1. <http://www.gsk.ru>
2. <http://www.vedomosti.ru>
3. <http://www.rb.ru>
4. <http://www.rbcdaily.ru>

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Балакова Е.В., аспирант**

*Оренбургский государственный университет*

Оренбургская область – один из крупнейших регионов РФ, с многоотраслевой промышленностью и развитым аграрным сектором, позволяющим сохранять производственный потенциал, обеспечивать социально-экономическую и политическую стабильность.

Регион обладает существенным инвестиционным и инновационным потенциалом и играет важнейшую роль в укреплении международных связей. Через территорию области проходят крупные железнодорожные и автомобильные магистрали, нефте- и газопроводы, связывающие регион с зарубежьем.

Оренбургская область уже успешно сотрудничает с 90 странами мира, продукция поставляется более чем в 80 стран мира. Основными партнерами традиционно считаются Армения, Казахстан, Украина, Белоруссия, Германия, Китай [2].

Сегодня регион активно и успешно позиционирует себя, как регион, обладающий уникальными природными ресурсами, развитым промышленным и сельскохозяйственным производством, выгодным географическим положением и богатыми культурными традициями народов, проживающих на территории области.

Оренбургская область стоит перед сложной задачей — найти свою экономическую нишу в условиях растущей внутрисероссийской и глобальной конкуренции регионов и добиться устойчивого социально-экономического развития.

При рассмотрении целей и перспектив развития области мы будем опираться на разработанную в областной администрации «Стратегию развития Оренбургской области до 2020 года и на период до 2030 года» [1].

Одной из целей является достижение региональной энергетической безопасности. В настоящее время топливный баланс области складывается так, что практически вся нефть и газовый конденсат, добываемые на ее территории, транспортируются в соседние регионы, а нефтеперерабатывающее предприятие, «Орскнефтеоргсинтез», работает на сырье из Западной Сибири и Казахстана. И до сих пор это не создавало угрозы безопасности региона.

Среди сильных сторон области ее «выгодное геополитическое положение» и «природное своеобразие». Это регион, где России следует усилить свои позиции, иначе это сделают другие — США, Китай, Иран, Турция, которые предпринимают попытки для усиления там своего влияния и присутствия.

Для этого у России есть все необходимые предпосылки и даже обязательства: исторические (длительное совместное развитие территории), экономические (сложившийся хозяйственный и инфраструктурный комплекс, взаимная потребность в ресурсах и товарах), гуманитарные (ответственность сопредельных государств за своих граждан, проживающих по обе стороны границы), культурные (этнокультурная, языковая общность), географические (единое пространство).

Совместное развитие в течение длительного времени позволяет рассчитывать на определенную роль России в регионе, а географическое и геополитическое положение делают взаимодействие сопредельных регионов неизбежным.

В настоящее время характеристика Оренбуржья как «окна в Азию» к сожалению преувеличена. Оренбург создавался и развивался как такое «окно», но со временем утратил свои позиции. Многие шансы были упущены, но не все. Один из них связан с возможностью прокладки через Оренбург транзитного транспортного коридора «Западный Китай — зарубежная Европа», который позволит связать страны Европы и Россию с Китаем и другими странами Азии и сулит определенные перспективы. Однако этот вариант развития не очевиден, хотя и обсуждался на межгосударственном уровне. Во всяком случае, руководству и бизнес-сообществу области предстоит приложить немало усилий для доказательства предпочтительности этого маршрута. Пока же Оренбуржье остается в стороне от главных российских транспортных магистралей. Сейчас возможен поворот геэкономического и геополитического векторов в сторону Азии в связи с новой политикой нашего государства (укреплением российско-казахстанских отношений, созданием Шанхайской организации сотрудничества, заключением серии новых договоров, в том числе об использовании Карачаганакского газоконденсатного месторождения).

Немало надежд связано с «природным своеобразием» региона, но рассчитывать на поток туристов не приходится. Настоящей степи почти не осталось, по большей части ее заменила пашня, но часть сельскохозяйственных земель заброшена и не используются по назначению, что должно радовать экологов и огорчать экономистов,

однако настоящей степенью эти исковерканные ландшафты вряд ли станут.

Есть небольшие участки леса на севере, низкогорные ландшафты на востоке области. Большая часть лесов пойменные либо это лесополосы. Жителям лесной зоны трудно оценить красоты реликтового Бузулукского бора, в котором к тому же довольно много искусственных посадок. Ириклинское водохранилище с его абсолютно лишенными лесной растительности берегами, к тому же плохо обустроенное — тоже сомнительное достояние. А вот могло бы быть интересно для внешних туристов соленое озеро в Соль-Илецке, кумыс, бахчи, знаменитый оренбургский хлеб, цветущие тюльпаны в майской степи, ковыль летом, этнографическая специфика, археологические памятники территории — знаменитые Каргалинские рудники, сарматские захоронения, следы материальной культуры кочевых народов (мало сохранившиеся, но все же присутствующие в виде некрополей) [4].

Главной целью является достижение высоких показателей качества жизни населения и обеспечение устойчивого экономического и социального развития региона. Для ее достижения необходима концентрация усилий на приоритетных задачах, что позволит реализовать возможности роста с учетом преимуществ и недостатков региона.

Одной из основ будущей экономики региона останется агропромышленный комплекс. Предполагается доведение площади пашни до 5,5 млн га, притом что вся посевная площадь составляет сегодня 4 млн га. Планируемая доля АПК составляет при этом 10—15%.

Предлагаемые территориально-животноводческие кластеры не соответствуют природно-экологическим, социально-экономическим и национально-культурным условиям территории. Центральные, западные и северные районы области в большей степени соответствуют развитию молочного, а не мясного скотоводства. Восточная часть области кроме пригородной зоны также малоблагоприятна для развития свиноводства в связи с национально-хозяйственными традициями казахского населения, доля которого в восточных районах достигает 30—50%. Восток и юг области как раз наиболее соответствуют развитию мясного скотоводства.

Предполагается развитие строительного комплекса, что, несомненно, является важным направлением регионального развития. Однако планируемые к 2025 г. параметры и стоимость жилого фонда (соответственно 40 кв. м. на чел. и 10 тыс. руб. за 1 кв. м.) пред-

ставляются абсолютно нереальными, если учитывать расширение ипотечного кредитования, устойчивый спрос на жилье и завышенные цены на строительные материалы.

В демографической политике область в течение длительного времени испытывает не только естественную убыль, но и устойчивый миграционный отток населения. С 2002г. наблюдается отрицательное сальдо миграции. Это означает, что область менее привлекательна по сравнению с соседями, что само по себе очень важный индикатор современного социально-экономического положения региона, который заставляет задуматься о необходимости обустройства территории и превращении этой задачи в ключевую.

Предусматривается множество инвестиционно затратных мероприятий, для реализации которых у региональной власти нет и не будет достаточных собственных ресурсов. Реальные источники финансирования экономического развития области не только бюджетные, но и частные инвестиции. Только они не управляются приказами, а «плывут» туда, где находят благоприятную среду [3].

Главный приоритет – это ориентация мероприятий, прежде всего, на обустройство территории, развитие инвестиционной и социальной привлекательности области. Разумно, сосредоточиться на обустройстве области, превращении ее в территорию с благоприятной средой обитания и бизнеса, привлекательную для жизни. Это увеличит ее капитализацию и позволит, наконец, обеспечить положительный баланс внутрирегиональной миграции и решить хотя бы отчасти демографическую проблему единственно возможным способом.

Привлекаемые инфраструктурной, институциональной и социальной обустроенностью инвестиции осядут в наиболее эффективных и потенциально прибыльных сферах деятельности, формируя естественную, а не надуманную структуру экономики. Важны и необходимы конкретные проекты и программы, нельзя чрезмерно полагаться на процессы саморегулирования.

Дальнейшее развитие региона зависит от наличия экономической политики. Сегодня не столь важны ресурсы, которыми обладает регион, сколько важны способности исполнительных и законодательных органов власти, бизнеса в ответ на вызовы рынка быстро адаптировать существующие ресурсы, а также развивать и создавать новые.

Развитие интеллектуального потенциала области, ориентация на инновации – стратегическая задача развития нашего региона. Оренбуржье располагает всем необходимым, чтобы стать развитым в научно-техническом отношении регионом.

### Список литературы:

1. Стратегия развития Оренбургской области до 2020 года и на период до 2030 года [Текст] // Правительство Оренбургской области Постановление от 20 августа 2010г. № 551-пп «О стратегии развития Оренбургской области до 2020 года и на период до 2030 года» (в ред. Постановления Правительства Оренбургской области от 11.08.2011 N 718-пп). – Оренбург. – 2010.
2. Стратегия социально-экономического развития города Оренбурга до 2030 года [Текст] // Оренбургский городской совет решение от 6 сентября 2011г. № 232 Об утверждении «Стратегии социально-экономического развития города Оренбурга до 2030 года». – Оренбург. – 2011.
3. Устимова, Л. Стратегия-2030 [Текст]: фантастика или реальность? / Л. Устимова // Оренбургская биржа. – 2011. – апрель (№ 3).
4. Чибилёв, А. А. О Стратегии развития Оренбургской области до 2030 года [Текст] / А.А. Чибилев // Оренбургская биржа. – 2012. – март (№ 2).

## К ВОПРОСУ О ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Беляев Ю.К., канд. экон. наук, проф.

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова*

В последнее время приобрели актуальность вопросы, связанные с уточнением терминологии и применением категориально-понятийного аппарата корпоративного менеджмента. Дело в том, что предметная область этой учебной дисциплины до сих пор четко не определена во многом по причине неоднозначности корпоративного менеджмента как научной проблемы и сферы практической управленческой деятельности. В частности, корпоративный менеджмент – изначально понятие многомерное, включающее в себя целый ряд аспектов: институциональный, правовой, организационно-распорядительный, экономический, социально-психологический, управленческий [1], [2], [5].

Можно обозначить несколько основных подходов к установлению содержания корпоративного менеджмента как практической деятельности и как учебной дисциплины. Отдельные представители российского консалтингового бизнеса (ООО «Стратегика» группы «Проинвестконсалтинг») суть проблемы опредмечивания корпоративного менеджмента сводят к приведению в соответствие так называемых управленческого, корпоративного и финансового контуров. При этом под термином «контур» в данном случае понимается упрощенная модель основных корпоративных отношений.

В частности, корпоративный контур – это модель, описывающая распределение прав владения, пользования, распоряжения определенными материальными и нематериальными активами с целью создания единой системы управления в рамках определенной бизнес-концепции. Иначе говоря, корпоративный контур представляется в виде структуры связей на основе прав собственности. Финансовый контур есть структура связей между центрами финансового учета и ответственности. И, наконец, «классический» управленческий контур реализуется как описание структуры иерархических и функциональных связей по целеполаганию, наделению правами и полномочиями, установлению ограничений, контролю и т.п.

При всей целостности данного подхода он не свободен от эклектичности и фрагментарности, однако позволяет получить общее представление о ключевых аспектах корпоративного менеджмента.

Второй подход (предельно узкий, функциональный) состоит в том, что корпоративный менеджмент фактически трактуется как разновидность менеджмента организации, причем не имеет смысла выделять различия между корпорацией и другими однопорядковыми терминами (предприятие, организация, фирма и т.п.), достаточно использовать основное понятие – компания.

Третий подход: корпоративный менеджмент – интегральная мегадисциплина и управленческая практика, основная отличительная черта которых – в масштабе деятельности крупных корпоративных структур.

Еще один подход вытекает из признания того обстоятельства, что корпоративное образование – количественно и качественно более сложное явление (феномен), нежели организация. Поэтому и корпоративный менеджмент – это расширенный «формат» менеджмента организации. Однако границы и направленность такого рода расширенного подхода определяются совершенно произвольно, в зависимости от субъективных взглядов и представлений тех или иных специалистов.

Встречается и такой подход, который условно можно назвать «акцентным». Утверждается, в частности, что ядром корпоративного менеджмента выступают отдельные сегменты деятельности корпорации (разработка и реализация стратегии, финансовое управление, риск-менеджмент и прочее). Соответственно в процессе преподавания следует определять опорную учебную дисциплину, которая раскрывает суть корпоративных построений и процессов. Разумеется, в методическом отношении такой подход более понятен и легче реализуем. А вот с точки зрения внутренней логики становления и развития корпоративного менеджмента он уязвим, поскольку требует, как минимум, обоснования того, почему именно те или иные на самом деле важные аспекты корпоративного менеджмента выбираются для детального изучения, не упускается ли при этом из внимания другие, не менее значимые и актуальные.

Целесообразно остановиться еще на некоторых позициях. Так, например, констатируется, что корпоративный менеджмент – понятие в известной мере надуманное в связи с крайней неопределенностью и безграничностью. Сторонники данной точки зрения в ее подтверждение указывают на то, что сам термин в зарубежных источниках, в практике преподавания применяется достаточно редко, что подтверждается результатом проведенного нами поиска в интернете. В западных вузах такая дисциплина не преподается, это скорее российская особенность.

Длительное время Учебно-методическое объединение по менеджменту Минобрнауки РФ включало «Корпоративный менеджмент» в перечень управленческих специализаций, однако при этом не удалось разработать обоснование и содержание данной специализации в рамках ФГОС второго поколения.

Нередко можно столкнуться с отождествлением, использованием как синонимов терминов «корпоративный менеджмент», «управление корпорацией», «менеджмент корпорации», «корпоративное управление». Сами понятия «корпорация», «фирма», «организация», «предприятие» применяются также как синонимы [4, с. 4-5]. Одновременно понятие «корпоративное управление» («Corporate Governance») рассматривается с учетом уже устоявшихся общепринятых позиций (в соответствии с принципами корпоративного управления ОЭСД) [6]. В рамках данного подхода некоторые специалисты в области менеджмента с одной стороны откровенно отождествляют понятие «корпоративное управление» и «менеджмент», понимая под ними профессионально осуществляемое руководство деятельностью корпорации в рыночных условиях, направленное на достижение целей деятельности и получение прибыли путем рационального использования ресурсов [5]. С другой стороны, эти же авторы призывают проводить грань между близкими, но не совпадающими по смыслу терминами «корпоративное управление (менеджмент)» (Corporate Management) и «корпоративное управление (поведение)» (Corporate Governance), поскольку с позиций западного законодательства последний термин означает систему взаимоотношений между собственниками (акционерами) предприятия, менеджерами, а также иными заинтересованными группами (советом директоров, кредиторами и др.) [5, с. 21]. Таким образом обнаруживается определенное противоречие в толковании понятийно-категорийного аппарата, поскольку в противовес уже устоявшимся взглядам объединяются в одно смысловое понятие два различающихся термина, а именно: корпоративное управление и корпоративный менеджмент. Однако при внимательном рассмотрении выясняется, что корпоративный менеджмент и менеджмент – суть одно и то же, т.к. «основные категории корпоративного менеджмента – наиболее общие и фундаментальные понятия, отражающие существенные свойства и устойчивые отношения в процессах управления компанией» [5, с. 22]. На наш взгляд приведенная позиция не способствует однозначному и точному толкованию ключевых управленческих категорий и может запутать исследователя. Отсюда было бы оправдано применять термин

корпоративный менеджмент, включающий в себя в качестве ядра систему корпоративного управления и этим отличающийся от традиционного менеджмента организации.

Во многом упомянутая терминологическая путаница возникает, по нашему мнению, из разночтений в толковании самого термина «корпорация». Не вдаваясь специально, в силу ограниченного объема статьи, в дискуссию по этой проблеме, отметим полезность некоторых суждений. Так, И.Б. Гурков справедливо обращает внимание на то, что среди основных специфических требований, предъявляемых к корпоративным структурам (корпорациям) должны быть те, которые связаны с созданием организационных возможностей для разработки и реализации стратегии. Иначе говоря, подчеркивается значимость следующих отличительных признаков [3]:

- поддержание и развитие корпоративных компетенций по извлечению и добавлению стоимости входящих в состав корпорации бизнесам;

- создание возможности оптимизации управленческих функций и их распределение между корпоративным центром, органами управления дочерними, внучатыми компаниями;

- сохранение устойчивости управления при изменении состава бизнесов (присоединение либо отделение отдельных бизнес-единиц и подразделений), обеспечение стратегического контроля за их деятельностью;

- создание условий для реализации корпоративных стратегий.

Корпоративный менеджмент с позиций понятийно-функционального многообразия и возможностей его реализации на практике должен, как представляется, включить ряд составляющих (компонентов):

- учет принципа самоорганизации и самоуправления в корпорации;

- координация и целевое регулирование корпоративным центром деятельности корпоративных клиентов (внутри и вне корпорации) и всей сети отношений с корпоративными клиентами;

- создание (культивирование) особой системной (в рамках программы) компетенции;

- обеспечение реального эффективного лидерства головной организации (корпоративного центра) в сети отношений, а в ряде случаев – равноправное, взаимовыгодное и сбалансированное с точки зрения интересов сотрудничество и взаимодействие (например, в рамках стратегических альянсов).

Исходя из сформулированных методологических посылок целесообразно обозначить те отличительные признаки и характерные черты, которые позволяют уточнить параметры функционирования и развития корпоративных образований:

- крупные (критерий – требует отдельного уточнения);
- интегрированные;
- стратегически ориентированные;
- соблюдающие принципы корпоративного управления;
- социально ответственные;
- сетевые (образующие и контролирующие сети компаний);
- финансово устойчивые и ориентированные на непрерывное управление рисками;
- создающие стоимость и ценность для клиентов;
- использующие системы управления корпоративными знаниями, компетенциями и изменениями;
- обладающие компетенциями в области управления внутри и межкорпоративными конфликтами (в том числе в части минимизации рисков, обусловленных конфликтами интересов).

Разумеется, приведенные характеристики и признаки корпоративных структур не носят исчерпывающего характера. Дальнейший научный поиск в этом направлении будет способствовать лучшему пониманию природы корпоративного менеджмента, решению научных и практических проблем в этой области.

#### **Список литературы:**

1. *Беляева, И. Ю.* Организационное развитие корпоративных структур: учеб. пособие / И. Ю. Беляева, Ю. М. Цыгалов, Ю. К. Беляев. – М.: Финансовая Академия, 2008.
2. *Беляев, Ю. К.* Принципы построения инновационных бизнес-моделей корпоративных структур / Ю. К. Беляев // Инновации и инвестиции – 2009. – № 2. – С. 21–27.
3. *Гурков, И. Б.* Стратегия и структура корпорации: учеб. пособие / И. Б. Гурков. – М.: – 2-е изд., перераб. Издательство «Дело» АНХ, 2008.
4. *Иванов, И. Н.* Менеджмент корпорации: учебник / И. Н. Иванов. – М.: ИНФРА-М, 2004.
5. Корпоративный менеджмент: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специализации «Менеджмент организации» / Под общ. ред. И.И. Мазура и В.Д. Шапиро – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Омега-Л», 2008
6. [www.oecd.org/russia](http://www.oecd.org/russia) (сайт Организации экономического сотрудничества и развития)

## ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Бендерская О.Б., канд. экон. наук, доц.**  
*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

Мы провели исследование трех отечественных методик анализа денежных потоков предприятий с целью выявления их недостатков и последующей доработки. Это методики, описанные в работах Н.В. Климовой [2], Э.Ю. Люшиной [4], а также Л.С. Сосненко и Е.Н. Свиридовой [5].

Л.С. Сосненко и Е.Н. Свиридова в своих учебных пособиях описывают ряд коэффициентов анализа денежных потоков. При этом по некоторым из них не раскрыт экономический смысл, желательная направленность этих показателей и не указан нормальный диапазон их значений. Предлагаем сделанные нами поправки и дополнения к этой методике.

1. Нормальными следует считать только положительные значения и растущую направленность коэффициента эффективности совокупного денежного потока

$$K_{\text{эф ДП}} = \frac{\text{ЧДП}}{\text{ОДП}}, \quad (1)$$

и коэффициента эффективности денежного потока от текущей деятельности

$$K_{\text{эф ДПт}} = \frac{\text{ЧДПт}}{\text{ОДПт}}, \quad (2)$$

где ЧДП – совокупный чистый денежный поток; ОДП – совокупный отрицательный денежный поток.

2. Допустимы не только положительные, но и отрицательные значения коэффициентов эффективности денежного потока от инвестиционной и от финансовой деятельности:

$$K_{\text{эф ДПи}} = \frac{\text{ЧДПи}}{\text{ОДПи}}, \quad (3)$$

$$K_{\text{эф ДПф}} = \frac{\text{ЧДПф}}{\text{ОДПф}}. \quad (4)$$

При положительных значениях направленность показателей (3) и (4) – «чем больше, тем лучше», а при отрицательных – «чем меньше, тем лучше».

3. Ввиду сложности интерпретации значений и низкой продуктивности показателей (3) и (4) предлагаем исключить их из практики анализа денежных потоков. Вместо них для оценки эффективности денежных потоков предлагаем использовать коэффициенты, представляющие собой отношение чистого денежного потока к положительному денежному потоку (по текущей деятельности и в совокупности по всей деятельности):

$$K = \frac{\text{ЧДП}}{\text{ПДП}}, \quad (5)$$

$$K_{\text{ДП}m} = \frac{\text{ЧДП}_m}{\text{ПДП}_m}, \quad (6)$$

где ПДП – положительный денежный поток.

Для показателей (5) и (6) нормальными являются положительные значения. Направленность – «чем больше, тем лучше».

4. Тезис Сосненко и Свиридовой о том, что коэффициенты эффективности денежных потоков от текущей, инвестиционной и финансовой деятельности (2)–(4) являются факторами формирования коэффициента эффективности совокупного денежного потока (1), неверен. По крайней мере, построить детерминированную факторную модель такой зависимости нельзя. Эффективность совокупного денежного потока определяется соотношением чистых денежных потоков по отдельным видам деятельности.

5. Для коэффициента реальности денежного потока от текущей деятельности

$$K_p_{\text{ДП}m} = \frac{\text{ЧДП}_m}{\Delta Z}, \quad (7)$$

где  $\Delta Z$  – изменение запасов, – предпочтительны положительные значения и растущая направленность. При положительном ЧДП от текущей деятельности и росте запасов нормальными являются значения больше единицы. При отрицательном значении показателя (7), обусловленном отрицательном ЧДП от текущей деятельности, чем ближе его значение к нулю, тем лучше. При отрицательном значении (7), обусловленном сокращением запасов, чем ближе значение коэффициента к нулю, тем хуже.

6. Для коэффициента реальности денежного потока от инвестиционной деятельности

$$K_{p \text{ ДПи}} = \frac{\text{ЧДПи}}{\Delta \text{Авн}}, \quad (8)$$

где  $\Delta \text{Авн}$  – изменение внеоборотных активов, – нормальными являются отрицательные значения, которые по модулю больше единицы.

7. Для коэффициента реальности денежного потока от финансовой деятельности

$$K_{p \text{ ДПф}} = \frac{\text{ЧДПф}}{\Delta \text{ЗК}}, \quad (9)$$

где  $\Delta \text{ЗК}$  – изменение заемного капитала, – нормальными являются положительные значения больше единицы.

8. Коэффициент рентабельности совокупного чистого денежного потока

$$R_{\text{ЧДП}} = \frac{\text{ЧПр}}{\text{ЧДП}}, \quad (10)$$

где  $\text{ЧПр}$  – чистая прибыль, – во избежание неправильной интерпретации его значений, не должен рассчитываться, если по итогам периода получен непокрытый убыток.

9. Коэффициентный анализ денежных потоков целесообразно дополнить показателями обеспеченности прибыли чистым денежным притоком как в целом, так и по видам деятельности вида

$$O_{\text{Пр}} = \frac{\text{ЧДП}}{\text{ЧПр}}. \quad (11)$$

10. Для оценки влияния факторов на обеспеченность прибыли чистым денежным потоком рекомендуем использовать детерминированную трехфакторную модель

$$\begin{aligned} O_{\text{Пр}} &= \frac{\text{ЧДП}}{\text{ЧПр}} = \frac{\text{ЧДП}_m}{\text{ЧПр}} + \frac{\text{ЧДП}_u}{\text{ЧПр}} + \frac{\text{ЧДП}_\phi}{\text{ЧПр}} = \\ &= O_{\text{Пр } m} + O_{\text{Пр } u} + O_{\text{Пр } \phi}. \end{aligned} \quad (12)$$

В методике анализа устойчивости денежных потоков, описанной Э.Ю. Люшиной [4] со ссылкой на авторство Н.П. Любушина [3], предлагается определять уровень устойчивости денежного потока на основании качества использования ресурсов предприятия. Под качеством подразумевается тип использования: интенсивный, интенсивно-экстенсивный (преимущественно интенсивный),

экстенсивно-интенсивный (преимущественно экстенсивный) и полностью экстенсивный.

Мы не согласны с границами, установленными в работах [3] и [4] для отнесения качества ресурсов к этим типам (табл., колонка 2). Границы определены субъективно, без математического обоснования, а ссылка на теорию устойчивости систем («системы устойчивы только внутри диапазона от 1/3 до 2/3» [3, с. 8]) и вовсе необъяснима, потому что теория систем определяет три зоны, а типов качества ресурсов – четыре.

Таблица

**Границы типов использования ресурсов для определения уровня устойчивости денежного потока предприятия**

| Тип использования ресурсов                             | Границы типов согласно [3] и [4]  | Границы, определяемые по влиянию на выручку объема и отдачи ресурса  |  |
|--|---|--|--|
|  |   | при росте выручки  | при снижении выручки   |
| 1  | 2   | 3  | 4  |
| Полностью интенсивный                                  | Доля интенсивных факторов в каждом проценте прироста выручки составляет более 62 %      | Рост выручки произошел только за счет роста отдачи ресурса при сокращении его объема                           | Снижение выручки произошло только за счет сокращения объема ресурса при росте его отдачи                                 |
| Интенсивно-экстенсивный (преимущественно интенсивный)  | Доля интенсивных факторов в каждом проценте прироста выручки составляет от 38 % до 62 % | Рост выручки произошел в большей степени из-за роста отдачи ресурса; влияние роста объема ресурса было меньшим | Снижение выручки произошло в большей степени из-за сокращения объема ресурса; влияние снижения отдачи было меньшим       |
| Экстенсивно-интенсивный (преимущественно экстенсивный) | Доля интенсивных факторов в каждом проценте прироста выручки составляет от 14 % до 38 % | Рост выручки произошел в большей степени из-за роста объема ресурса; влияние роста отдачи ресурса было меньшим | Снижение выручки произошло в большей степени из-за снижения отдачи ресурса; влияние снижения объема ресурса было меньшим |
| Полностью экстенсивный                                 | Доля интенсивных факторов в каждом проценте прироста выручки составляет менее 14 %      | Рост выручки произошел только за счет роста объема ресурса при снижении его отдачи                             | Снижение выручки произошло только за счет снижения отдачи ресурса при росте его объема                                   |

В основе определения типов использования ресурсов – оценки влияния изменения объема ресурса ( $V_p$ ) и его отдачи ( $O_p$ ) на изменение выручки ( $B$ ) по детерминированным факторным моделям вида

$$B = V_p O_p, \quad (13)$$

где объем ресурса – экстенсивный, а его отдача – интенсивный фактор изменения выручки. Эти оценки получают традиционными методами факторного анализа. По величине и направленности оценок типы использования ресурсов определяются однозначно, точно и объективно (см. табл., колонки 3 и 4, а также [1, с. 350-351]). Соответственно, далее на основе этого определяются уровни устойчивости денежного потока.

Проделанная нами на данных реальных предприятий апробация формул косвенного метода анализа денежных потоков по методике Н.В. Климовой [2] показала, что величина общего чистого денежного потока, рассчитанного как сумма ЧДП по видам деятельности, рассчитанным по этим формулам, отличается от величины общего ЧДП, рассчитанного прямым методом (по данным отчетов о движении денежных средств предприятий), причем иногда существенно, почти в 2 раза. Общий чистый денежный поток, рассчитанный на основании этих формул, всегда меньше общего ЧДП, рассчитанного прямым методом. Это заставляет сделать вывод о том, что в формулах, предлагаемых Н.В. Климовой, не учтена часть притока денег или дважды учтены некоторые их оттоки. Так что мы не рекомендуем использовать эти формулы.

#### Список литературы:

1. *Бендерская, О. Б.* Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности на предприятии промышленности строительных материалов: учеб. пособие / О. Б. Бендерская, И. А. Слабинская. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2011. – 452 с.
2. *Климова, Н. В.* Анализ денежных средств в целях налогового консультирования / Н. В. Климова // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 3 (210). – С. 34-39.
3. *Любушин, Н. П.* Анализ методов и моделей оценки финансовой устойчивости организаций / Н. П. Любушин, Н. Э. Бабичева, А. И. Галушкина, Л. В. Козлова // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 11 (218). – С. 3-11.
4. *Люшина, Э. Ю.* Анализ устойчивости денежных потоков коммерческой организации / Э. Ю. Люшина // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 11 (218). – С. 38-43.
5. *Сосненко, Л. С.* Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / Л. С. Сосненко, Е. Н. Свиридова. – М.: Кнорус, 2009. – 256 с.

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ КОРПОРАЦИИ ЗНАНИЙ

Борушко Н.В., канд. экон. наук,  
Пузыревская А.А.

*Белорусский государственный технологический университет*

На сегодняшний день значимость знания в современных экономических структурах может считаться общепризнанной. Последним шагом в развитии использования знания как актива стал феноменальный рост информационной технологии, возможностей по обработке данных, протяженности сети приложений.

Маркетинговая стратегия предприятия в целях лучшей адаптации к рыночным трендам должна учитывать возрастающую роль знаний для достижения конкурентоспособности.

В современном информационном обществе изменяется категория «инновация». В индустриальном обществе инновация возникает как закономерный результат классической цепочки: НИОКР, опытное производство, испытания, серийное производство, внедрение, распространение (продажа). Только на заключительной стадии инновация начинает приносить доход. В информационном обществе Интернет с его аудиторией и технологиями позволяет знания любого человека немедленно представить на миллиардный рынок и превратить их в инновацию, в обмен по схеме «знания как товар», в обмен на деньги. Так происходит потому, что доступ к этому знанию расширен и облегчен настолько, что оно с практически стопроцентной вероятностью находит тех, кто готов его реализовать.

В деятельности предприятий начинают преобладать принципы теории открытых инноваций, описывающей процессы разработки и коммерциализации технологий, когда организации-участники инновационной деятельности используют знания, исходящие от других организаций /1/. На рынке инноваций выделяются посредники инноваций, «innovation intermediaries», миссия которых заключается в обеспечении доступа к мировым инновационным ресурсам и формировании глобального общества поставщиков (провайдеров) инноваций.

Многие принципы открытых инноваций «перекликаются» с приемами бенчмаркинга (Benchmarking) как метода сравнительного анализа эффективности стратегической деятельности предприятия по сравнению с ведущими фирмами. Пример из белорусской практики.

Передовые американские, немецкие, североевропейские и иные фирмы при экологическом строительстве используют стандартные тюки соломы, защищают эту кладку раствором на основе глины и специальными противопожарными сетками. Спрос на экологические дома большой. Но их строительство весьма дорогое, в нем используется много ручного труда. Минский изобретатель М.Ф. Денисенко разработал и запатентовал непрерывную технологию изготовления дешевых соломенных «бревен», имитирующих оцилиндрованные деревянные бревна, клееный брус или ряды блоков из ячеистого бетона. Для создания оболочки «бревна» им разработан несгораемый, прочный, долговечный и относительно недорогой материал. И труба из такого материала сшивается. С помощью переоборудованного пресс-подборщика высокой степени прессования, выпускаемого предприятием «Бобруйскагромаш», труба наполняется соломой. Получается трехкратная выгода: удешевление строительства, замена ручного производства на ускоренное крупногабаритное, а также соломенные «бревна» в разы легче натуральных и в 2-2,5 раза лучше держат тепло /2/.

У такой разработки или совершенствования как у «хорошо забытого старого», о которой вспомнили при анализе рынка методом бенчмаркинга, большие перспективы. Учитывается также «закон опыта» или «обучающая кривая», в соответствии с которыми удельные издержки на единицу продукции снижаются с ростом масштабов производства за счет: 1) роста производительности труда в условиях НТП; 2) усиливающейся экономии от специализации; 3) вытеснения наименее эффективных факторов производства; 4) модификаций, изменения конструкций изделий с целью снижения издержек /3/. Эффект обучающей кривой наиболее ощутим и позволяет сразу снижать издержки на 20–30% в отраслях, где ручной труд замещается механизированным и удваиваются масштабы производства, если ранее там добавленная стоимость составляла значительную долю суммарных издержек, то трудозатраты значительно снижаются, преобладают материальные затраты.

При адаптации маркетинговой стратегии к экономике знаний нельзя абстрагироваться от организационно-управленческого содержания системы управления маркетингом.

Большинство крупных и средних предприятий уже создали отделы маркетинга (иногда с другими названиями: международного маркетинга, экспортный, коммерческий или по работе с дилерами отдел). Появление специализированных отделов должно идти

одновременно с усиливающей интеграцией маркетинговых функций с другими производственными, сбытовыми и управленческими функциями. Конкурентоспособность белорусских, украинских, казахских и российских предприятий (всех фирм стран СНГ) как на внутреннем, так и на внешнем рынке будет во многом зависеть от их способности внедрить маркетинговое мышление как цельную философию бизнеса и бизнес-культуру фирмы, корпорации (акционерного общества). Воспользовавшись анализом организационно-управленческих структур фирм, анкетированием о роли маркетинга на фирмах, отслеживанием функций, исполняемых сотрудниками отдела маркетинга, маркетинголог И. Акимова выделяет четыре кластера фирм.

Кластер 1 объединяет предприятия производственной ориентации в маркетинговой деятельности. Большое внимание уделяется производственной программе в условиях адаптации к новым рыночным условиям. Кластер 2, или агностики, объединил малочисленные предприятия, сотрудники которых отмечали отсутствие на фирме маркетинга и не могли выделить функции и роль маркетинга, содержание его вопросов. Кластер 3, многочисленный, включил более половины предприятий, специалисты которых нацелены на сбытовую ориентацию маркетинговой деятельности. Здесь отмечают важность стимулирования сбыта и рекламы. Кластер 4 объединил лишь около четверти предприятий, и все они имеют маркетинговую ориентацию фирмы, маркетинг стал философией всей организации. Осуществляется постоянный сбор конкурентной информации, устанавливаются контакты с потребителями, анализируются рынки и проводится адаптация к изменениям на них с помощью маркетинга. Достигнута ведущая роль маркетинга в стратегическом планировании /4/.

Эти же кластеры применимы для анализа маркетинговой ориентации предприятий и на белорусском рынке. Большинство белорусских предприятий в этой условной классификации попали в кластер 3, в число фирм со сбытовой ориентацией и с определенными функциями маркетинговых служб. Руководителям этих фирм сложно ориентироваться в конъюнктуре кризисного рынка. Подводят господствующие стереотипы, которые сложились во времена длительной практики «рынка производителя». Отсутствуют регулярность исследования изменения запросов потребителей, динамики рынка, стратегий конкурентов. Финансовые трудности традиционных заказчиков и последующее сокращение экспортных рынков соседних стран приводят к дестабилизации финансового положения таких предприятий.

Все предприятия «Белнефтехима» имеют службы маркетинга, а, например, часть предприятий мебельной отрасли специализированных служб не создала, маркетингом квалифицированно занимается высшее руководство этих фирм Беларуси.

При любом из вариантов организации маркетинговой деятельности должно достигаться эффективное управление знаниями, основанное, главным образом, на превращении скрытого в явное, чтобы им можно было обмениваться. Практически, управление знаниями базируется на применении интеллектуальных систем и интеллектуальных информационных технологий, которые делают возможным рациональное и эффективное хранение, распространение и использование знаний.

Для стран технологической метрополии (США, Юго-Восточная Азия, ЕС) характерно развитие новых хозяйственных структур – метапредприятий, объединяющих в цепочку предприятия, создающие идеи товаров, их образ, концепцию рыночного продвижения, ресурсообеспечение и производство, организующие сети дистрибьюции, обслуживания и утилизации. Организационно они соответствуют модели «корпорации знания». Корпорации знания – это предприятия, которые признают важность знания как своего наиболее ценного актива, который служит основой для достижения конкурентных преимуществ. Эта идея объединяет понятие знания как формы «нематериального капитала» и использование информационной технологии и систем, для того чтобы сделать возможным получение и использование знаний /5/.

Организационно различают следующие модели корпорации знаний:

– обучающаяся организация наиболее полно описана Сенжем (Senge, 1990) – это организация, в которой люди постоянно расширяют свои возможности для создания желаемых результатов, создают новые, способные расширяться модели мышления, где коллективные стремления свободны и люди постоянно учатся тому, как учиться вместе. Обучающиеся организации построены на следующих концепциях: превосходство по мастерству над самим собой, разработка интеллектуальных моделей, создание коллективного мировоззрения, групповое обучение и системное мышление при использовании индивидуального и группового обучения;

– гипертекстовая организация разработана Нонакой и Такеши (Nonaka & Takeuchi, 1995), построена по иерархической системе,

действующей одновременно на нескольких уровнях. Главные уровни иерархии: основная команда, работающая над проектом, система для решения коммерческих задач и база знаний – запас накопленного знания, умений и опыта внутри команды. Для того чтобы знания были выведены из пассивного состояния и действовали внутри команды, выделяются два процесса: создание знаний и превращение знаний, т. е. это преобразование знаний, в частности перемещение между теоретическими и практическими формами знания;

– виртуальная организация описана Голдманом (Goldman, 1995), Гренье и Мете (Grenier & Metes, 1995), Вариером и Ветцелем (Worrier & Witzel, 1999), представляет собой организацию, в которой знание, как форма нематериального актива, включено в число основных элементов организации, и процесс преобразования знания большей частью происходит в информационном и/или виртуальном пространстве внутри организации. Прикладные программы и информационные технологии расширяют пределы и возможности хранения, обработки и передачи знаний. С использованием данной модели сегодня совершается свыше половины всех коммерческих сделок в мире.

Рыночный опыт крупных мировых компаний подтверждает эффективность использования знаний для усиления конкурентных позиций. Один из лучших примеров – компания 3М. Инновация регулируется «правилом 15%» (которое позволяет сотрудникам тратить именно это количество времени на свои собственные проекты) и основным принципом, заключающимся в том, что 25% оборота компании должно приходиться на продукты, созданные в последние четыре года. Компания Hoffman La Roche сократила затраты и время при получении лицензии на новые лекарства с помощью своей «Программы удачного первого раза» (Right first time programme). Texas Instruments сэкономил сумму, эквивалентную затратам на строительство нового завода, с помощью совместного использования лучшего опыта на своих заводах по производству полупроводников.

#### **Список литературы:**

1. *Ванхавербеке, В.* Формирование и развитие теории открытых инноваций / В. Ванхавербеке // *Инновации.* – 2008. – №1 (111). – С. 78–84.
2. *Патыко, Д.* Мороз соломы боится / Д. Патыко // *Республика.* - 2012. - 2 марта. - С.4.

3. Маркетинг / Под ред. А.М. Немчина, Д.В. Минаева. – СПб.: Бизнес-пресса, 2001. – 512 с.
4. *Акимова, И. М.* Промышленный маркетинг 2-е изд. / И. М. Акимова. – К.: О-во «Знания», 2001. – 294 с.
5. *Nonaka, I.* The Knowledge-Creating Company / I. Nonaka, H. Takeuchi // strategy-business [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://www.strategy-business.com/article/8592?gko=5a1e5>. Дата доступа: 12.03.12.

## УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ ПРЕДПРИЯТИЯ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА

Братенкова Т.М., канд. экон. наук, ассистент,  
Шишло С.В., ассистент,  
Усевич В.А., ассистент

*Белорусский государственный технологический университет*

В современных условиях перед предприятиями лесного комплекса стоит задача по производству товарного ассортимента, востребованного на рынке. В сложившейся ситуации актуальным является такое построение (или принцип функционирования) предприятия, при котором параметры и требования сбытовых рынков являлись бы определяющими. Другими словами, структура выпускаемой продукции и планы снабжения должны формироваться на основании сложившегося и предполагаемого спроса на выпускаемую продукцию.

Этапы месячного планирования товарного ассортимента на предприятиях лесного комплекса представлены на рисунке 1 [1].

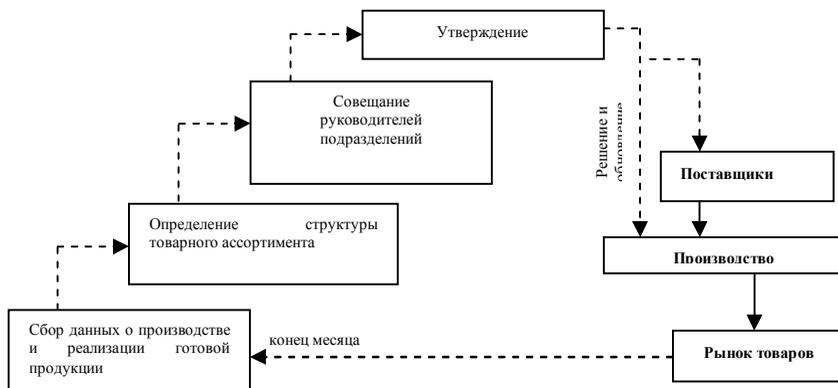


Рис. 1 – Этапы месячного планирования товарного ассортимента

На первом этапе планирования осуществляется процесс сбора данных о производстве и реализации продукции, включающих: запасы сырья и материалов, возможности поставщиков по поставке сырья, запасы полуфабрикатов, возможности производства того или иного вида продукции, спрос со стороны покупателей, портфель заказов и т.д.

На втором этапе происходит определение структуры товарного ассортимента предприятия лесного комплекса. Для этого необходимо использовать метод анализа иерархий Саати. Алгоритм данного метода включает в себя [1]: структурирование задачи, построение иерархической модели принятия решений, определение оценки элементов нижнего уровня относительно критериев вышестоящего уровня, определение глобальных оценок критериев каждого уровня и оценки альтернативных решений относительно главной цели принятия решений, проведение ранжирования альтернатив.

Для определения значимости продукции предлагается использовать пятиуровневую модель, которая содержит критерии, учитывающие финансовые цели предприятия лесного комплекса, особенности его логистической и маркетинговой систем. Данный метод позволит определить значимость различных групп продукции, входящих в товарный ассортимент предприятия, что будет способствовать повышению эффективности при принятии решения об изменении товарного ассортимента.

Основными группами факторов, которые должны учитываться предприятиями лесного комплекса, являются требования потребителей, возможности закупочной, производственной и распределительной подсистем логистической системы предприятия лесного комплекса, а также финансовые критерии.

К критериям, характеризующим закупки, относятся возможности поставщиков по поставкам необходимого количества сырья (комплектующих), надежность поставщиков, выражающаяся в соответствии срокам поставок и качеству поставляемого сырья. К критериям, характеризующим производство, относятся возможности производства по выпуску отдельных видов продукции, наличие запасов товаров-полуфабрикатов, «гибкость» оборудования. К критериям, характеризующим распределение продукции, относятся соответствие товарной группы каналу распределения, наличие спроса со стороны потребителей, стоимость одного контакта по реализации продукции. К финансовым критериям относятся прибыль, которую приносит каждый вид продукции, затраты на продвижение и производство каждого вида продукции.

Данный метод был апробирован на ЧУП «Пинскдрев-Евро-Мебель». В результате реализации иерархической модели определения значимости различных групп товарного ассортимента была получена перспективная структура товарного ассортимента предприятия (рисунок 2) [1].

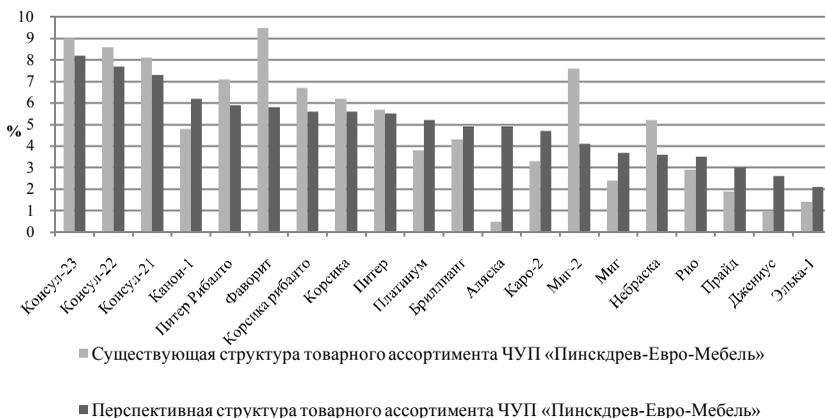


Рис. 2 – Перспективная и существующая структуры товарного ассортимента ЧУП «Пинскдрев-Евро-Мебель»

Проведенный анализ показал, что предприятие нерационально использует собственные ресурсы и особенности логистической системы, а, значит, требуется изменение структуры товарного ассортимента. Это позволит уменьшить объем запасов готовой продукции, повысить эффективность взаимодействия с покупателями, снизить логистические затраты.

В дополнение к данной модели предлагаем использовать концентрационный анализ, который осуществляется по следующему алгоритму: определение порогового коэффициента, осуществление расчета индивидуальных и интегральных коэффициентов близости, выделение товаров, у которых максимальные коэффициенты близости совпадают, построение таблицы вторичной группировки интегральных коэффициентов близости между товарами, вторичное выделение товаров, у которых максимальные коэффициенты близости совпадают, проведение третичной группировки товаров, разработка предложений относительно совершенствования ассортимента и проведение корректирующих мероприятий [2]. Данный анализ необходимо проводить по двум критериям: доли в объеме реализуемой продукции и покрытии затрат предприятия. Проведение данного анализа позволит определить группы взаимосвязанных товарных групп по двум

критериям и, тем самым, определить товарные группы, являющиеся товарами-комплиментами.

На этапе совещания руководителей подразделений происходит обсуждение полученных результатов сотрудниками различных подразделений, связанных с производством и реализацией продукции. Для участия в данном совещании приглашаются специалисты служб снабжения, производства, сбыта, логистики и финансов. На данном совещании происходит анализ полученных данных, улаживаются разногласия, возникающие между различными подразделениями, оценивается несоответствие спроса и предложения, разрабатывается месячный план производства.

На последнем этапе планирования происходит рассмотрение и принятие предложенного на предварительном совещании решения по каждой группе продуктов, для которых решение еще не было принято: утверждение изменения в объемах производства и закупок, сравнение стоимостной версии плана продаж с данными бизнес-плана, разрешение проблем, по которым участники предварительного совещания не пришли к согласию.

Планирование товарного ассортимента на месяц позволит оперативно реагировать на изменение внешней среды предприятия и, тем самым, принимать рациональные решения в области формирования и управления товарным ассортиментом. Месячное планирование должно состоять из следующих этапов: сбор данных о производстве и реализации готовой продукции; определение структуры товарного ассортимента; планирование производства, поставок, запасов, отгрузок; совещание специалистов; совещание руководителей. Использование данного метода планирования позволит повысить эффективность производства продукции, за счет учета не только требований рынка, но и возможностей производства, поставщиков и элементов системы распределения предприятия лесного комплекса.

#### **Список литературы:**

1. *Шишло, С. В.* Управление товарным ассортиментом предприятий лесного комплекса на основе взаимодействия систем маркетинга и логистики / С. В. Шишло, С. И. Барановский, А. П. Крачковский // Вестник Белорусского государственного экономического университета: науч.-практ. журнал. – 2012. – № 1 – С. 46–54.
2. *Акулич, М. В.* Анализ структуры сбыта предприятий в контексте проблемы финансового планирования / М. В. Акулич // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 1. – С. 71–80.

## ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ЗАТРАТАМ НА КАЧЕСТВО ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

**Брежнев А.Н., ст. преп.,  
Спесивцева Т.А.**

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

Достижение качества инновационного проекта предполагает определенные затраты – так называемую стоимость качества. Однозначности, даже в подходах, к определению стоимости качества проекта нет. Анализ различных точек зрения показал, что можно выделить три подхода: 1) производственный (классический); 2) контрольный 2) институциональный.

Два из них – производственный и институциональный – исходят из того, что качество – результат, и весь комплекс затрат на проект есть затраты на качество проекта. Контрольный подход исходит из того, что стоимость качества проекта определяется затратами на определение наличия качества. В соответствии с институциональным подходом стоимость качества проекта предполагает два вида затрат: технологические (трансформационные) и трансакционные. Технологические – это издержки по производству, транспортировке, хранению и другим видам обработки. По сути это – производственные издержки. Трансакционные – это издержки отношений участников проекта. Есть и мнение о более широком понимании трансакционных издержек. Так, К. Эрроу определял трансакционные издержки как издержки эксплуатации экономической системы [9]. Получается, что технологические издержки также входят в состав трансакционных.

Единства мнений относительно трансакции у представителей институциональной экономики нет. Так, О. Уильямсон считает, что «трансакция имеет место тогда когда товар или услуга переходит от заключительной точки одного технологического процесса к исходной точке другого, смежного с первым. Заканчивается одна стадия деятельности и начинается другая» [6, с. 27]. А. Грейф под трансакцией понимает действие, связанное с передачей некоей сущности (entity): товара, эмоции, мнения, информации и т.п. – от одной социальной единицы к другой [10, с. 46]. При этом оба, и О. Уильямсон, и А. Грейф, считают трансакцию базовой единицей институционального анализа. Позиция А. Грейфа уводит от технологического процесса даже в область эмоций, поэтому называет институты «нетехнологические

ограничения». По мнению Р. Коуза, даже при обеспечении транзакции всеми необходимыми ресурсами, контракты сами по себе не выполняются. Для этого нужно приложить дополнительные усилия [2]. «Контрактные механизмы управления проектом имеют дело с транзакционными издержками, а технологические механизмы управления – с производственными издержками. При этом транзакционные издержки характеризуются временными показателями, а производственные – стоимостными» [1, с. 57].

Наиболее типичные составляющие транзакционных издержек можно свести к следующим: поиск информации о клиентах, партнерах, поставщиках ресурсов; ведение переговоров и заключение контрактов; мониторинг контрактной дисциплины; страхование от недобросовестного (оппортунистического) поведения партнеров; оценка качества ресурсов; подготовка и принятие решений; контроль выполнения решений; разрешение претензий, защита от третьих лиц; оценка качества результата; спецификация результатов и прав собственности на них.

О.И. Уильямсон выделяет три основные группы факторов транзакционных издержек [6], которые в наложении на проектное управление выглядят следующим образом:

1. Ограниченная рациональность (неадекватность представлений и недостаточная осведомленность участников проекта), связанная с:

- недостаточным уровнем образования и бизнес-культуры;
- информационной недостаточностью;
- изменчивостью рыночной конъюнктуры;
- циклическим характером экономики.

2. Оппортунистическое поведение ключевых участников проекта (попытки в одностороннем порядке за счет других участников извлечь для себя определенные преимущества), связанное с:

- несовершенством законодательства;
- уровнем общей культуры и культуры бизнеса;
- низким уровнем доверия и взаимопонимания.

3. Специфичность активов (отсутствие взаимозаменяемости товара или участника), связанная с:

- отсутствием товаров либо участников как таковых;
- с их наличием на рынке, но и наличием монопольного положения какого-либо участника либо наличием определенной зависимости.

Главной причиной наличия транзакционных издержек институциональная экономика считает неопределенность. В проектном управлении неопределенность может являться следствием как

недостаточной проработанности контракта, так и может возникнуть в процессе реализации проекта. Трансакционные издержки, несомненно, увеличивают стоимость проекта и соответственно стоимость качества проекта. Однако важны не только и не столько размер трансакционных издержек, сколько их наличие и содержание. Трансакционные издержки это отражение контрактных взаимоотношений участников проекта, которые по мере развития проектного управления постоянно совершенствуются, становятся все более цивилизованными. Проект «с нулевыми трансакционными издержками, то есть проект без неопределенности, такая же абстракция как механизм без трения. Исчезновение трения в механизмах не сделает их более эффективными, а, наоборот, более бесполезными. Работа всех наших машин основана на законах трения. В одних частях механизма мы с трением боремся, а в других используем. Также и в контрактах – неопределенность не только потери, но и ресурс управления» [1, с. 60]. На наш взгляд, это очень важная мысль, приводящая к идее оптимизации трансакционных издержек в проектах: они должны быть, и они вовсе не должны минимизироваться с точки зрения проектного управления, но они должны способствовать обеспечению качества проекта. Хотя идеальный вариант, не осуществимый в реальности, требует именно минимизации внутренних трансакционных издержек. Известна теорема Коуза, которая в отношении организационно-социальных систем формулируется следующим образом: «Система устойчива тогда, когда внутренние трансакционные издержки равны нулю».

Д. Фролов, ссылаясь на А.Е. Шаститко [8], относительно того, что институционалисты «часто проводят аналогию между феноменом трения в мире физических объектов и трансакционными издержками», поясняет, что «в физике снижение трения означает повышение коэффициента полезного действия, а в экономике минимизация трансакционных издержек рассматривается как характеристика роста эффективности институтов. Обоснованная Р. Коузом абстрактная модель хозяйственной системы с нулевыми трансакционными издержками породила у институционалистов опасный стереотип о необходимости минимального сокращения этого вида затрат. Но если трение в физических системах необходимо снизить до нуля, то трансакционные издержки в экономических системах следует оптимизировать в пределах нормы» [7, с.80]. Такого же мнения придерживается и Нестеренко А.Н.: «рост этого класса издержек сопровождается углублением разделения труда и развитие многих других форм человеческих отношений, происходящее в рамках общественного

прогресса», поэтому объективно существует мера их минимизации [4]. Относительно соотношения наличия и размера транзакционных издержек с эффективностью воспользуемся исследованием А. Шаститко: «даже если общая величина транзакционных издержек действительно растет, означает ли это, что система обменов становится менее эффективной? Так, гипотеза об эластичном спросе на транзакционные издержки предполагает, что снижение средних транзакционных расходов обуславливает рост общих транзакционных расходов. С этой точки зрения увеличение транзакционных издержек совместимо с повышением эффективности и экономическим ростом» [8, с. 71]. По мнению Д. Фролова, в противовес «теореме Коуза» представляется возможным говорить о «теореме Маевского», в том смысле, что «чем эффективнее в эволюционном аспекте экономические институты, тем в большей мере способствуют они повышению транзакционных издержек» [3, с. 19].

Итак, транзакционные издержки, в том числе в проектах, объективно необходимы. Для каждого проекта существует оптимальный уровень транзакционных издержек.

Транзакционные издержки возникают ранее производственных, уже на так называемой предконтрактной фазе проекта. Часто в основе их появления находятся завышенные ожидания участников. Завышенные ожидания имеют как заказчики, так и подрядчики, поскольку у всех у них цель – извлечь выгоду из проекта.

Одна из важнейших проблем, связанная с транзакционными издержками – это их исчисление, а по-возможности и учет. Эта задача не решена ни в теории, ни на практике, ни в России, ни за рубежом. Существуют различные предложения, касающиеся их классификаций. Несомненно, классификация – это уже начало в подходе. Например, есть попытка определить состав транзакционных издержек для сельскохозяйственных предприятий в рамках основного производства, разделяя их на группы, представленные ниже [5, с. 70].

1. Внутрипроизводственные транзакционные издержки – затраты, непосредственно связанные с продвижением товаров на рынке собственными подразделениями хозяйствующего субъекта. Они относят сюда рабочую силу, средства, предметы труда, финансовые ресурсы.

2. Внешние транзакционные издержки – все затраты, непосредственно связанные с покупкой услуг сторонних организаций, способствующих продвижению товаров на рынке.

3. Транзакционные издержки в форме недополученной выручки вследствие расхождения определения качественных показателей

реализуемой продукции, реализации продукции в сроки и по ценам в ущерб собственной выгоде, физической потери продукции при продаже.

Следует отметить, что такой подход противоречит канонам экономической теории. К внешним издержкам всегда относили затраты, связанные с оплатой ресурсов, поступивших в организацию, следовательно, и рабочая сила (зарплата), и оплата средств и предметов труда, и банковских процентов – это отнюдь не внутрипроизводственные, а внешние, так называемые бухгалтерские, издержки. Что же касается внутренних, то они включают в себя недополученную прибыль, следовательно, выделение третьей группы транзакционных издержек нецелесообразно.

### Список литературы:

1. *Ананьин, В.* Контрактный подход в управлении проектами / В. Ананьин, А. Шишкин // Управление проектами. – 2004. – № 1, ноябрь. – С. 59-61.
2. *Коуз, Р. Г.* Природа фирмы: пер. с англ. / Р. Г. Коуз; ред. О.И. Уильямсона и С.Дж. Уинтера; пер. В.Г. Гребенникова. – М.: Дело, 2001.
3. *Маевский, В. И.* Эволюционная теория и институты / В. И. Маевский // Вестник Государственного университета управления. Серия «Институциональная экономика». – 2001. – №1(2).
4. *Нестеренко, А. Н.* Экономика и институциональная теория / А. Н. Нестеренко / Отв. ред. Л. И. Абалкин. – М.: Эдиториал УРСС, 2002.
5. *Стукач, В. Ф.* Транзакционные издержки: информационная база, классификация, оценка и механизм управления / В. Ф. Стукач, О. В. Шумакова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. – № 5. – С. 67-72.
6. *Уильямсон, О. И.* Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация / О. И. Уильямсон. – СПб.: Лениздат, 1996.
7. *Фролов, Д.* Парадокс транзакционных издержек / Д. Фролов // Экономист. – 2011. - № 5. – С. 75-85.
8. *Шаститко, А. Е.* Новая институциональная экономическая теория. 3-е изд. / А.Е. Шаститко. – М.: ТЕИС, 2002.
9. *Эрроу, К.* Возможности и пределы рынка как механизма распределения ресурсов / К. Эрроу // THESIS. – 1993. – Вып. 2.
10. *Greif, A.* Institutions and the Path to the Modern Economy: Lessons from Medieval Trade. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ – ГЛАВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ВЕДЕНИЯ ХОЗЯЙСТВА**

**Бровко В.М., канд. экон. наук, доц.,  
Касьяненко А.И., студент**

*Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

**Постановка проблемы.** В современных условиях рыночных отношений, с переходом страны на новые направления ведения хозяйства, основным заданием экономической политики Украины является достижение конкурентоспособности продукции. Обычно, с развалом основных структур экономического развития очень тяжело достичь высокого уровня производства и обеспечить конкурентоспособности продукции, но это необходимое условие для интеграции отечественной экономики в мировую. Потому разработка необходимых мер и их внедрения являются актуальным вопросам и направлением деятельности научных работников и практиков.

**Целью данной статьи** является изучение опыта зарубежных и отечественных научных исследований данной проблемы; выявление путей возможности повышения конкурентоспособности отечественной продукции.

**Анализ последних исследований.** Научно-теоретические аспекты конкуренции были заложены и обобщены А. Смитом. Дальнейшие исследования «конкуренции», как экономической категории, проводили Д. Рикардо, Дж. Робинзон, И. Шумпетер, Ф.А. Хайек, К.Р. Макконел и С.Л. Брю, М.Е. Портер и другие. Вопросы изучения проблемы конкурентоспособности нашли отображение в научных работах ученых Я. Базилюка, С.М. Кваши, Н. Мазура, Н. Мисюка, Б. Пасхавера, П. Саблука, В. Трегобчука.

**Основной материал.** Согласно Закона Украины «О защите экономической конкуренции», «Экономическая конкуренция» - это соревнование между субъектами хозяйствования с целью получения благодаря собственным достижениям приоритета над другими субъектами хозяйствования, в следствии чего потребители, субъекты хозяйствования имеют возможность выбирать между несколькими продавцами, покупателями, а отдельный субъект хозяйствования не может определять условия оборота товара на рынке». Конкурентоспособность характеризуется совокупностью показателей функционирования отраслей и деятельности производственных структур, что определяют их стабильное развитие и успех в

конкурентной борьбе на внутреннем и внешнем рынке. Конкурентоспособность является категорией динамической, причем ее динамика обусловлена, прежде всего, внешними факторами, значительная часть которых может рассматриваться как управляемые параметры.

Безусловно, существует связь между эффективностью функционирования национальной экономической системы и конкурентоспособностью, как на рынке спроса, так и на рынке предложения. Так как производителем конкурентных товаров являются предприятия, то все другие экономические системы создают условия для развития конкурентных преимуществ в той или иной группе предприятий. В числе ведущих факторов повышения конкурентоспособности товаров и фирм, их производящих, являются промышленная политика, национальное и региональное законодательство, обеспечивающие благоприятную среду для развития конкурентных производств, внутренняя политическая и социальная стабильность, наличие родственных и поддерживающих отраслей в экономике страны, активность конкурентов.

Экономисты нашей страны не уделяли надлежащего внимания внедрению инноваций при проведенные конкурентной политики, а ведущие страны мира все время развивались на основе системного инновационного сочетания всех составных инноваций. В научной практике существуют разные точки зрения относительно развития конкурентоспособности на основе монополизации предприятия. Одни считают, что необходимо ликвидировать монополию, которая тормозит развитие конкурентоспособности. Некоторые научные работники (И. Шумпер) отрицают эту точку зрения, доведя своими исследованиями, что наибольший процесс достигается фирмами не в среде свободной конкуренции, а большими концернами на монопольных и олигопольных рынках. В. Баумол утверждает, что монопольные сверхдоходы в результате высоких цен являются стимулом для потенциальных конкурентов. Потому компания - монополист вынуждена ограничивать уровень цен, чтобы не привлекать другие компании на рынок. В последние годы большинство западных экономистов изменили свою точку зрения относительно прямой взаимосвязи уровня конкуренции и темпов научно - технического процесса и считают, что они практически несовместимы. Высокоразвитые страны мира все время ведут поиски эффективности повышения конкурентоспособности своей продукции. Они то отрицают монопольность, то стимулируют создание совместных предприятий, особенно в отраслях высоких

технологий и ориентируют их не на достижение эффективности в результате уценки рыночных и увеличения объема производства, а эффективности в результате развития инноваций.

Ведущие экономисты мира считают, что конкуренция нуждается в змиття компаний, для того чтобы выжить и опередить конкурентов. Для рационального соотношения монополий и конкуренции в развитых странах регуляции деятельности предприятий осуществляется с помощью создания условий деятельности на внутреннем рынке, защиты от внешних конкурентов, стимулирование конкуренции внутри монополии.

В Украине основное направление конкурентной политики было совсем противоположно, чем у передовых стран мира. Он не учитывал изменений в конкурентной борьбе, которые происходили в мировой экономике под воздействием научно-технического процесса. Украинские экономисты считают преодоление высокого уровня монополизации и повышения конкурентоспособности путем разукрупнения больших объектов. Да, в нашей стране были уничтоженные гиганты предприятия международного уровня, разрушенные мощные производственные комплексы и образования вместо них раздробленных хозяйств. Это привело к развитию инфляции, безработицы, подорожания финансовых ресурсов, ухудшения экономического положения страны. На раздробленных предприятиях производится многообразная продукция, а условием конкуренции прежде всего является одинаковая продукция. То есть такая демонополизация через разукрупнение обречена на провал. В нашей стране в основном ведется нечестная конкуренция, это и фальсификация информации о продукции конкурента, коррупция, подрыв репутации конкурента, кража интеллектуальной собственности, использования торговой марки, упаковки конкурента, нарушение средств, уклонение от уплаты налогов, контрабанда, шантаж и т.д.

Следовательно, отечественная конкурентная политика нуждается в коррекции учитывая этот процесс в мировой экономике, используя научные исследования ведущих стран, поскольку в Украине к сожалению наблюдается разрыв между наукой и производством обусловленная разными причинами.

**Основные результаты исследования.** Для повышения уровня конкурентоспособности необходимо умело управлять этим процессом, то есть создать совокупность организационной структуры, процессов, технологий необходимых для создания благоприятных условий конкурентных преимуществ в экономике.

Конкурентоспособность предприятия грунтуется на его преимуществах, способностью выдержать конкуренцию на рынке, способностью изготавливать и сбывать товары которые будут привлекательнее для потребителей, чем товары их конкурентов как по ценам, так и неценовыми характеристиками и быть прибыльным длительное время.

Для повышения конкурентоспособности экономических систем необходимо:

- оценить степень конкурентоспособности национальной экономики с определением условий и факторов, которые могут способствовать эффективной конкуренции, увеличению экспортного потенциала страны;

- изучить приоритетные сферы производства и виды продукции, которые имеют или могут получить в кратко- и среднесрочном периоде конкурентные преимущества на мировом рынке;

- определить пути государственной помощи повышения конкурентоспособности отечественного производителя, непосредственно за счет целевой поддержки приоритетных отраслей;

- объединить усилия государства в осуществлении структурной перестройки, инновационной политики и социально-экономического развития регионов относительно повышения конкурентоспособности отечественного производителя;

- научно-практически и институционально обеспечить мероприятия относительно повышения конкурентоспособности отечественного производителя, исходя из национальных условий и особенностей мирового рынка.

**Выводы.** Проблема национальных конкурентных преимуществ неразрывно связано с оптимизацией соотношения между защитой интересов представителей внутреннего рынка и растущей международной конкуренции. Задание повышения конкурентоспособности экономических систем требует внедрения широкомасштабных институциональных реформ, формирования объектов нового типа, стратегически важных комплексов, способных овладеть современные макротехнологии, которые дают наибольшую экономическую отдачу в контексте роста конкурентоспособности экономических систем. Понимание источников и факторов конкурентоспособности, изменений, которые происходят в национальной экономике под влиянием макроэкономических факторов, позволит как правительству, так и руководителям предприятия

принимать взвешенные решения относительно усиления рыночных позиций.

**Список литературы:**

1. *Волынский, Г.* О конкурентных преимуществах в условиях глобализации / Г. 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. – 896 с.

## **ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ДИАГНОСТИКА БАНКРОТСТВА КАК ОСНОВА ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО РЕШЕНИЯ**

**Бровко В.М., канд. экон. наук, доц.,  
Сардарова А.М., студент**

*Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

**Постановка проблемы.** Предпосылками стабильного экономического развития страны являются систематическое поступление средств в бюджеты, функционирование прибыльных предприятий и постоянный приток инвестиций. Именно поэтому особенной актуальности приобретает анализ финансового состояния предприятия, поскольку он позволяет определить его внутренние проблемы и вовремя предпринять соответствующие мероприятия. Он является важным для потенциальных инвесторов и банков-кредиторов, так как дает им возможность избежать лишнего риска, соответственно повысив стабильность и сбалансированность национальной экономики в целом.

**Формулирование целей статьи.** Цель данной статьи – проанализировать цикл диагностики финансового состояния и стойкости функционирования предприятия для принятия решений о целесообразности инвестирования предприятий, а также выявление и анализ причин, которые привели к ухудшению финансового состояния предприятия.

**Изложение основного материала исследования.** Для принятия обоснованного решения о финансировании предпринимательской деятельности необходимо предоставить иностранным инвесторам достоверную информацию о финансовом состоянии предприятий и вероятности их банкротства.

Финансовое состояние предприятия – это такая разносторонняя характеристика качества производственной и финансовой деятельности предприятия, которая определяет движение, состав и эффективное использование финансовых ресурсов, реализацию финансовых отношений с помощью системы показателей как на фиксированный момент времени, так и в динамике.

Для эффективной работы предприятия возникает необходимость во внедрении системы диагностики его деятельности и отдельных составляющих. Так, возникает потребность в создании системы диагностики финансового состояния, которая позволяет установить или

распознать текущее или ретроспективное финансовое положение предприятия.

Система диагностики финансового состояния предприятия – это совокупность взаимосвязанных элементов, которые имеют какое-нибудь отношение к финансовому состоянию предприятия и предприятия в целом, которые формируются с помощью алгоритмов, методик, подходов, принципов, механизмов, инструментария диагностики, с целью прослеживания, выявления, установления, прогнозирования финансового состояния предприятия.

Если предприятие, как правило, осуществляет оценку своего финансового состояния с целью выявления резервов повышения ликвидности, платежеспособности и прибыльности, разработки прогнозов финансового состояния на перспективу или его оздоровления, то кредиторы и инвесторы оценивают финансовое состояние с целью минимизации своих рисков.

С целью оценки финансового состояния и диагностики банкротства предприятий для разных стран разработано большое количество дискриминантных многофакторных моделей (например, Альтмана для США, Таффлера и Тишоу для Великобритании, Беермана для Германии, Давидовой и Беликова для России, Терещенка для Украины, модель Романа Лиса для оценки финансового состояния, двухфакторная модель оценки вероятности банкротства, оценка финансового состояния по показателям У. Бивера, метод рейтинговой оценки финансового состояния (рейтинговое число), модель Фулмера, модель Спрингейта). В основе этих моделей лежит задача классификации предприятий по вероятности их банкротства с использованием многих независимых переменных (факторов влияния). Но эти методы показывают правдивые результаты только в тех конкретных условиях, для которых они разработаны. Использование приведенных методов для прогнозирования банкротства предприятий Украины будет не совсем корректным в связи с другими экономическими условиями.

Поскольку до сих пор не существует единого общепринятого перечня оценочных коэффициентов-индикаторов кризисного состояния и угрозы банкротства, каждый исследователь подходит к решению этого задания индивидуально.

Наибольшего распространения приобрел коэффициентный подход, в обращении которого объектами исследования выступают разнообразные коэффициенты, которые рассчитываются путем сравнения между собой определенных абсолютных показателей

финансово-хозяйственной деятельности предприятий, информация о которых содержится в разнообразных видах отчетности и учета.

Цикл диагностики финансового состояния и стойкости функционирования предприятия состоит из таких функциональных блоков: мониторинг, экспресс-диагностика, фундаментальная диагностика, окончательная диагностика.

Основной целью экспресс-диагностики банкротства является раннее выявление признаков кризисного развития предприятия и предыдущая оценка масштабов кризисного его состояния. Экспресс-диагностика банкротства характеризует систему регулярной оценки кризисных параметров финансового развития предприятия, которая осуществляется на базе данных его финансового учета по стандартным алгоритмам анализа, постоянного мониторинга финансового состояния предприятия. Методика экспресс-диагностики может трактоваться как универсальная, которая почти не зависит от специфических характеристик предприятия.

Таким образом, заданием экспресс-диагностики финансового состояния является определить за короткий промежуток времени, в каком финансовом состоянии находится предприятие, используя ограниченное количество показателей. Именно настроенная система экспресс-диагностики позволит своевременно выявить негативные или позитивные тенденции в финансовом состоянии предприятия, а также подскажет верное решение менеджерам всех уровней.

Для проведения экспресс-диагностики банкротства в последнее время широко используют специально разработанные автоматизированные интеллектуальные системы экспресс-диагностики, которые дают возможность быстро определить состояние предприятия, сделать предыдущие выводы и определить общие рекомендации по дальнейшим действиям.

Если после проведения экспресс-диагностики финансового состояния предприятия не выявлено угрозы банкротства, то процесс диагностики завершается и потенциальный инвестор имеет возможность принять обоснованное решение о финансировании деятельности предприятия, а при выявлении склонности предприятия к банкротству процесс диагностики продолжается, перейдя во вторую стадию - фундаментального исследования финансового состояния и стойкости функционирования предприятия.

В отличие от экспресс-диагностики, фундаментальная диагностика, ориентирована на специфику конкретного предприятия, учитывает его отличия. Фундаментальная диагностика банкротства осуществляется

специалистами самого предприятия или по его согласию соответствующими специалистами и поэтому расчет показателей фундаментальной диагностики требует более сложного информационного обеспечения в виде материалов управленческого учета и результатов специальных обследований. Для проведения этой работы используется специальный инструментарий, в частности, оценка динамической платежеспособности и денежных потоков предприятия, моделирование движения денежных средств и возникновение их дефицита, разработка прогнозов и сценариев развития предприятия.

Основой такого анализа является выявление негативного влияния отдельных факторов на разнообразные аспекты финансового развития предприятия. Идентификация масштабов кризисного финансового состояния должна включать аналитические и прогнозные результаты фундаментальной диагностики банкротства и определять возможные направления восстановления финансового равновесия предприятия.

Таким образом, углубленная диагностика банкротства позволяет получить наиболее широкую картину кризисного финансового состояния предприятия и конкретизировать формы и методы его финансового оздоровления.

Определение перечня кризисных факторов и оценка влияния каждого из них на возникновение и углубление кризиса развития предприятия может быть осуществлено экспертным путем или с помощью моделирования. Результатом этой работы должно быть создание ранжированного перечня наиболее негативных и позитивных факторов внешней и внутренней среды. Если преобладают внешние негативные факторы, которые нельзя локализовать силами предприятия, то это значительно повышает угрозу возникновения ситуации банкротства.

После проведения фундаментальной диагностики если предприятие не имеет склонности к банкротству, инвестор может принять решение о финансировании деятельности предприятия, а если предприятие имеет склонность к банкротству, тогда переходим в другую стадию – окончательной диагностики, которая включает в себя выявление причин, анализ причин, устранение причин (если это возможно), которые негативно влияют на финансовое состояние предприятия. После проведения полного цикла диагностики склонности предприятия к банкротству инвестор будет иметь возможность принять окончательное решение о финансировании предприятия.

Проведение диагностики банкротства завершается формированием общего вывода, в котором обобщаются результаты проведенной работы. Отчет по результатам диагностики банкротства должен содержать:

- характер проявления кризиса и влияние на деятельность предприятия;
- вероятность возникновения ситуации банкротства и ее ожидаемый термин наступления;
- степень кризиса и ее масштабы;
- причины и факторы, которые причинили кризис и будут содействовать выходу из него;
- прогноз о развитии внешней среды и рыночной ситуации, характер их влияния на проблемы и возможности предприятия;
- наличие предпосылок для выживания и преодоления кризиса за счет мобилизации внутренних резервов;
- возможность негативных последствий дальнейшего развития кризиса для экономических интересов собственников, кредиторов, работников предприятия.

Таким образом, такая поэтапная структуризация процесса диагностики банкротства предприятия дает возможность выделить задание и объекты на каждом этапе диагностики, предоставить пользователям полную и объективную информацию о текущем и перспективном состоянии предприятия для принятия эффективного управленческого решения и обоснования программы антикризисных мероприятий.

**Выводы.** Для привлечения иностранных инвестиций потенциальным инвесторам необходима достоверная информация о финансовом состоянии предприятий и вероятности их банкротства, которая позволит принять обоснованное решение о финансировании предпринимательской деятельности. Чтобы предоставить эту информацию необходимо определить финансовое состояние предприятия. В этой статье был рассмотрен цикл диагностики финансового состояния и стойкости функционирования предприятия, с помощью которого потенциальные инвесторы смогут принять правильное обоснованное решение о финансовой деятельности предприятия, а также выявить и анализировать причины, которые привели предприятие к ухудшению финансового состояния.

## **НЕОБХОДИМОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КРИЗИСЫ В РОССИИ: ЭВОЛЮЦИЯ, ПРИЧИНЫ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ**

**Воликова Е.М., студент,  
Никулова З.Б., ст. преп.**

*Губкинский филиал ФГБОУ ВПО «Белгородский государственный  
технологический университет им. В.Г. Шухова»*

Истории известно немало кризисов: всеобъемлющих или затрагивающих узкий круг стран, затяжных и менее продолжительных – их причины, как правило, всегда различны, а последствия – на редкость схожи.

Международный финансовый кризис – это глубокое расстройство кредитно-финансовых систем в целом ряде стран, приводящее к резким диспропорциям в международных валютно-кредитных системах и прерывности их функционирования.

Между экономистами ведется дискуссия, нужна ли сложная классификация международных кризисов, или все кризисы имеют общие черты и характеристики, что позволяет говорить о единой модели кризиса. Большинство экспертов полагают, что оправданно разделять два вида системных кризисов:

1) первый вид предполагает, что в результате слабых позиций той или иной национальной валюты владельцы капитала стремятся вывести свои активы из этой валюты, наблюдается «бегство капитала», что приводит к общеэкономическим сложностям;

2) второй тип кризиса некоторыми специалистами именуется «заразным», так как имеет отношение не к отдельной национальной валюте, а связан с недоверием с тем или иным видам активов или ценных бумаг.

Финансовый кризис включает в себя следующие явления:

- 1) обвальное падение валютных курсов;
- 2) резкое повышение процентных ставок;
- 3) изъятие банками в массовом порядке своих депозитов в других кредитных учреждениях, ограничение и прекращение выдач наличности со счетов (банковский кризис);
- 4) разрушение нормальной системы расчетов между компаниями посредством финансовых инструментов (расчетный кризис);
- 5) кризис денежного обращения;

б) долговой кризис.

Главной особенностью финансового кризиса является то, что он, будучи даже локальным или микрокризисом, как цепная реакция, может распространяться на всю систему или всю проблематику развития.

Экономический кризис 1998 года – один из самых тяжелых экономических кризисов в истории России. Причины дефолта: огромный государственный долг России, низкие мировые цены на сырье (Россия – крупный поставщик нефти и газа на мировой рынок) и пирамида государственных краткосрочных облигаций, по которым правительство РФ не смогло расплатиться в срок. Курс рубля по отношению к доллару с августа 1998 года по январь 1999 года упал в 3 раза – с 6 руб. за доллар до 21 руб. за доллар.

17 августа 1998 года, событие хорошо известное. Средства, с помощью которых правительство РФ собралось бороться с кризисом для абсолютного большинства стали неожиданностью.

Назовем главные из них. Правительство односторонним актом отказалось от погашения на договорных условиях государственных рублевых обязательств (ГКО-ОФЗ), срок которых истекал до конца 1999 года. Это означало и отказ от выплаты процентов, поскольку они выплачивались в виде разницы между покупной и номинальной ценой ценных бумаг. Были обещаны новые условия погашения по этим ценным бумагам. В средствах массовой информации появилось новое грозное слово – дефолт.

Вместо прежнего валютного коридора 5,2 – 7,15 рубля за доллар был объявлен коридор 6,0 – 9,5 рубля за доллар. (Фактический курс в последний рабочий день составлял 6,3 рубля.) Именно данная мера стала началом девальвации рубля. Центробанк объявил об отказе от валютного коридора, что означало переход к плавающему курсу. Тем самым была открыта дорога для обвала рубля.

Отказ от твердого валютного курса и последующая девальвация стали мерами, которые в основном соответствовали «мировым стандартам». Аналогичным образом в период кризиса действовали азиатские страны, а позже Бразилия. Роль этих мер очевидна – защита валютных резервов, остановка бегства иностранных и национальных капиталов, поощрительное воздействие на экспорт и ограничительное воздействие на импорт. Отмена коридора означает утрату той относительной валютной стабильности, которая так важна для нормального хода экономических процессов. Однако ни одна страна не проводила мер, аналогичных российскому дефолту и российскому мораторию. Вероятно, выгоды от таких мер признавались

недостаточными в сравнении с экономической и политической ценой. Эта цена состояла в подрыве доверия внутренних инвесторов и, в еще большей степени, мирового финансового сообщества к правительству, банкам и фирмам страны, которая решилась бы на подобные меры.

Назначение дефолта, очевидно, сводилось к тому, чтобы освободить федеральный бюджет от выплат по краткосрочным обязательствам. Мораторий должен был спасти крупные российский банки, которые не имели ресурсов для погашения срочных долгов иностранным кредиторам.

Анализируя, сущность самого кризиса катастрофическими выглядели непосредственные последствия. Индекс потребительских цен в сентябре стал на 45% выше, чем в июле. На валютной бирже курс рубля по отношению к доллару упал к концу августа на 40%, а через месяц еще на 20%. По темпам роста и размерам эти цифры намного превосходили аналогичные показатели других стран, переживающих в то время кризис. И курс валюты, и цены на товары совершали огромные скачки, соответственно нормальный ход валютных операций был нарушен. Банковская система России практически прекратила функционировать. Почти все крупные банки прекратили операции с клиентами и заморозили их счета, так как сами оказались банкротами. Даже Сбербанк, несмотря на то, что его обязательства считались гарантированными государством, ввел ограничения на выдачу валютных вкладов. Одновременно с этим десятки тысяч предприятий не могли использовать свои оборотные средства. Доверие к России на мировых финансовых рынках рухнуло. Оценивающие платежеспособность и надежность заемщиков, рейтинговые агентства скачкообразно понижали финансовые рейтинги российских банков, правительства, и регионов России в целом. Ничего хорошего для России это не предвещало – любой доступ к внешним источникам финансирования для России отныне был заблокирован.

Как в России, так и на Западе, в прогнозах и оценках царил пессимизм. 24 сентября обновленное руководство Центробанка России выступило с прогнозом, согласно которому ВВП страны в 1999 году мог сократиться на 5-6%. Тогда как уровень цен к концу года мог бы превысить уровень 1997 года в 2,5 – 3 раза.

Последствия кризиса во многом определяли обстановку, и, тем не менее, наступала какая-то стабилизация. И ее показателями стали, во-первых, прекращение обвального падения курса рубля и как следствие – снижение темпов инфляции. Гиперинфляция, которая казалась вполне вероятной, осенью 1998 года не случилась. Федеральный бюджет был в

удовлетворительном состоянии, будучи освобожденным от платежей по внутреннему долгу. Обязательства по дефолту в течение 1999 года были переоформлены в купонные среднесрочные облигации. Импорт резко сократился под воздействием девальвации. Некоторые предприятия в пищевой и легкой промышленности России смогли занять свое место на рынке. Торговый баланс страны увеличился благодаря уменьшению импорта.

Можно сказать, что к середине, и еще более к концу, 1999 года непосредственные и краткосрочные последствия финансового кризиса были преодолены. Вполне удовлетворительно выглядят экономические показатели за 2000 год. Впервые более чем за десять лет отмечен рост производства во всех основных отраслях. Инфляция по российским понятиям была умеренной, приостановился рост внешних долгов, рубль держался крепко, а валютные резервы увеличились примерно в два раза. Россия пополнила казну, воспользовавшись необыкновенно высоким уровнем цен на нефть и связанным с нефтью повышением цен на природный газ. Они и явились одним из основных источников бюджетных доходов.

Поскольку импорт по-прежнему оставался на недостаточно высоком уровне, большое положительное сальдо — до 20% ВВП — образовалось в торговом балансе страны. Этот показатель арифметически можно объяснить изначально небольшой величиной самого ВВП России. Социально же прослеживается следующая отнюдь не положительный факт. Доля ВВП, идущая на потребление, значительно отставала, и именно из-за этого отставания появились ресурсы для весомого «чистого экспорта», поглощенного частично ростом валютных резервов, и частично бегством капитала. Вот они, последствия финансового кризиса, теперь уже сравнительно отдаленные: стремительное падение уровня жизни населения, обусловленное августовскими событиями 1998 года. Взлет инфляции при стабильности и даже отставании денежных доходов, так и не был компенсирован в 1999-2000 годах, несмотря на выравнивание экономики.

Одной из основных угроз финансовой стабильности России являлись внешние долги. Или же обратная сторона — экономический рост и внутренняя устойчивость страны была зависима от облегчения проблемы долгов и её полного разрешения.

Спустя 10 лет 2008 год также однозначно вошел в экономическую историю России благодаря возникшему финансовому кризису и множеству сопутствующих ему негативных последствий. Сложившаяся

в стране ситуация уже несколько месяцев не дает покоя ни правительственному аппарату, ни рядовым гражданам. Несмотря на то, что финансовый кризис сегодня у всех на устах, большинство россиян так и остается в неведении, почему все сложилось именно так.

Причины российского финансового кризиса 2008-2009 годов лежат далеко за пределами страны. Экономическая ситуация ухудшилась не за один день, этому предшествовал ряд других процессов, последствия которых постепенно накапливались и просто не могли не привести к тому, что мы имеем сейчас. Впервые громко и много о финансовом кризисе заговорили в сентябре 2008 года, когда средства массовой информации начали освещать банкротство одного за другим банков США. Именно эту крупную державу экономисты сегодня считают виновницей всех бед. По мнению экспертов, причина кроется в ипотечном кризисе, возникшем в США вследствие безудержного стремления банков выдать как можно больше жилищных кредитов и получить тем самым огромную прибыль. Неблагоприятная ситуация в экономике США не могла не отразиться на всем остальном деловом мире, и Россия не стала исключением. Наиболее сильно по экономике страны ударила невозможность дальнейшего получения дешевых иностранных кредитов на межбанковском рынке, а также снижение объемов экспорта продукции. Кроме этого причиной возникшего в нашей стране финансового кризиса считается также падение цен на нефть – молниеносное и значительное – со 150\$ до 40\$ за 1 баррель. Энергоносители (газ и нефть) имеют первостепенное значение для богатой ими России, поэтому снижение цен на сырье резко снизило и доходы от его экспорта.

Помимо внешних причин финансового кризиса нельзя оставлять без внимания и причины внутренние. Начиная с мая 2008 года, рост биржевых индексов РТС и ММВБ не только остановился, но и начал свое падение. Свою ложку дегтя в августе 2008 года внес и грузино-осетинский конфликт, породивший противостояние России и стран Запада и повлекший за собой отток иностранного капитала из страны. Последствия кризиса: девальвация рубля; массовое увольнение и сокращение рабочих мест; ужесточение требований банков к потенциальным заемщикам, повышение ставок по вновь выдаваемым кредитам, свертывание многих ипотечных и потребительских программ. Но есть и положительные результаты финансового кризиса – на плаву остаются только наиболее жизнеспособные предприятия, проводящие эффективную политику управления ресурсами.

Последние события все чаще наводят на мысль, что кризис 2008 года не заканчивался, а просто вступал в стадию ремиссии и финансовый кризис 2011 это не столько самостоятельное явление, сколько логичное продолжение предыдущего. Это предположение не лишено логики. Кризис в США и других развитых странах привел к тому, что правительства начали проводить государственные программы по стимулированию внутреннего спроса. Свою роль эти меры сыграли и привели к тому, что запасы на складах сократились и потребовалось их восполнять, что и стимулировало рост активности в разных секторах экономики. Но бесследно такое вливание ликвидности в экономику не проходит. Это сказалось на показателях бюджета, дефицит которого начал увеличиваться, что требует соответствующих мер в виде жесткого сокращения государственных расходов – так как иных источников пополнения казны нет. Высокий уровень безработицы, рост цен, повышение склонности к сбережениям, низкий уровень загрузки производственных мощностей – тревожные сигналы. В итоге получается, что только казалось, что кризис в Америке и Европе закончился. На самом деле он просто перешел в новую стадию.

Экономический кризис в США спровоцировал проблемы и в других регионах. И, если до поры до времени экономика еврозоны выглядела несколько стабильней американской, то сейчас становится понятно, что это, скорее, иллюзия, нежели реальность. И экономические и финансовые условия региона оставляют желать лучшего. Рост экономики замедлился (0,2% кв/кв против 0,8% кв/кв в 1-м квартале). Это стало наихудшим показателем со времен восстановления от рецессии 2009 года. Однако у стран еврозоны есть еще проблемы суверенного долга периферийных стран. И пока выхода из сложившейся ситуации не видится. В центре внимания остается Греция, так как вероятность ее банкротства все возрастает. Если в ближайшее время она не получит очередной транш, то будет объявлен технический дефолт. И не исключено, что именно это событие спровоцирует то, что экономический кризис в мире наберет обороты. Подобные ожидания спровоцируют падение национальной валюты.

Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод, что финансовый кризис в США еще не закончился. Наоборот, начинается его вторая волна. Причем затронет она не только Америку, но и многие другие страны. Спрогнозировать как будет развиваться мировой финансовый кризис непросто. Единственное, что можно сказать с уверенностью, так это то, что России не грозит кризис доллара. На сегодняшний день это один из самых ликвидных активов (на долларе основана львиная доля

хозяйственного оборота, в нем номинированы нефть, металлы, зерно). Поэтому до тех пор, пока правительства не найдут способов решения возникших проблем, опасаться, что доллар исчезнет как инвестиционный актив не приходится. Хотя не исключено, что в перспективе все же произойдет отход от доллара, как от основной резервной валюты. Кризис в Америке привел к тому, что Китай – крупнейший держатель долларовых активов – уже начал постепенно избавляться от запасов валюты США. К тому же Россия и Китай перешли на взаимные расчеты в национальных валютах. Самое опасное это то, что правительство США все равно пока не может остановить выпуск доллара, так как вынуждено расплачиваться по своим колоссальным долгам. А это значит, что масса бумажных долларов будет расти и далее, усугубляя ситуацию. Вот тут то и может начаться самый настоящий кризис доллара и экономический кризис в США (в том числе, с перебоями в поставках продовольствия). Но это скорее перспектива даже не 2012 года.

Кроме того, может продолжиться ослабление рубля, что негативно скажется на покупательной способности населения. В качестве причины роста доллара по отношению к российской валюте помимо повсеместного бегства от рисков, можно назвать еще и падение цен на нефть, которое также негативно скажется на доходной части бюджета. Получается, что Россия может столкнуться с теми же проблемами, что и Европа, и Америка. А это значит, что прогноз кризиса неутешительный. Вся надежда на то, что мировые экономические кризисы приходят и уходят. Главное, чтобы кризис 2011-2012 не затянулся, и нам хватило сформированной правительством «подушки безопасности».

Возможно, что для того, чтобы все мировые финансовые кризисы остались позади нужно просто перевести деньги из финансовой сферы в реальную экономику.

Таким образом, современный мировой финансовый кризис является очередным звеном в цепочке, а выход из него и будущее экономическое развитие во многом зависит от эффективности взаимодействия государства и рынка, а также от грамотной внутренней политики России. Сегодня Правительство РФ говорит о том, что нового экономического коллапса не будет, однако путь восстановления экономики будет тяжелым и медленным.

## **ДИАГНОСТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ СРЕДЫ**

**Выборнова С.В., канд. экон. наук, доц.,  
Выборнова В.В., канд. экон. наук, проф.**

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

Сегодня в России проблема конкурентоспособности стоит очень остро. Конкурентоспособность выступает важнейшим фактором выживания в «суровых условиях действительности» и последующего эффективного развития. С момента своего создания и в течение всей жизни любое предприятие поставлено перед необходимостью решения жизненно важной проблем конкурентоспособности. В рыночной экономике, характеризующейся неопределенностью параметров, существует необходимость в инструментах и методах, которые могут помочь предприятиям преодолевать кризисные ситуации и улучшать свою деятельность. В современных условиях выработка надежного механизма обоснования принимаемых управленческих решений – одно из важных направлений совершенствования управления и менеджмента предприятия. Это обусловлено, прежде всего, тем, что наличие такого механизма повышает качество управленческих решений и позволяет избежать принятия случайных решений, не способствующих достижению как общей, так и частных целей. Универсальным подходом, связанным с аналитической подготовкой управленческого решения, является диагностика. С учетом высокой скорости совершаемых финансово-хозяйственных операций, сложности условий функционирования предприятий существует необходимость адаптации, совершенствования диагностики предприятия.

Диагностика, это совокупность методов, позволяющих оценить и определить состояние дел предприятия с целью выявления проблем развития и перспективных путей их решения. Диагностика в целом – это учение о методах и принципах распознавания проблемных зон и постановка диагноза. Используя более распространенную медицинскую терминологию, которую можно применить в данной ситуации, это процесс постановки диагноза исследуемому объекту в целях повышения эффективности его функционирования, повышения его конкурентоспособности в условиях свободной конкуренции и рыночной экономики.

Сущность диагностики состоит в изучении основных характеристик, отражающих состояние исследуемых объектов для предсказания возможных отклонений от устойчивых, стандартных значений и предотвращения изменения нормального режима работы. Целью диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятия является повышение эффективности его работы на основе системного изучения всех видов деятельности и обобщения их результатов.

Введем понятия стратегическая и оперативная диагностика. Стратегическая диагностика направлена на обеспечение выживаемости предприятия и отслеживание движения предприятия к поставленной стратегической цели развития. Стратегическая диагностика помогает оценить эффективность стратегии предприятия, понять стратегическую позицию предприятия в каждом из направлений его деятельности, оценить сильные и слабые сигналы, поступающие из внутренней и внешних сред. Информация, полученная в ходе такой диагностики, оказывает неоценимую поддержку руководителю в процессе формирования стратегии предприятия.

Оперативная диагностика направлена на оценку текущего состояния и динамики экономического потенциала, рыночной и инвестиционной активности. Целью оперативной диагностики является создание системы управления достижением текущих целей предприятия, а также своевременное реагирование на изменение внешних и внутренних сред.

Диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия включает большое количество одновременно осуществляемых действий по сбору, составлению, оформлению и передаче документации, выявлению и одновременно осуществляемых действий по сбору, составлению, оформлению и передаче документации, выявлению и диагностике закономерностей и тенденций, определению перспектив развития. Финансово-хозяйственная деятельность может быть проанализирована в целом, а также по отдельным ее направлениям и функциям.

Основными процедурами диагностики являются:

- распознавание реального состояния диагностируемого объекта;
- исследование состава и свойства объекта, его сравнение с известными аналогами и базовыми характеристиками, нормативными величинами;
- диагностирование существующих диспропорций, нарушений;

- установление основных факторов, вызвавших изменения в состоянии объекта и учет их влияния;
- установление диагноза и прогноз основных тенденций.

Проявление комплексного и системного подхода в процессе диагностики, реализуется в его основных свойствах, к которым можно отнести: целостность, делимость, изолированность, комплектность, документальная обоснованность.

## ОСНОВНЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ

**Выборнова В.В., канд. экон. наук, проф.,**

**Годовникова А.А., студент**

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

Производственная мощность — максимальный возможный выпуск продукции производственной единицы (отрасли промышленности, предприятия, его подразделения, рабочего места) за определенный период.

Производственная мощность – величина переменная, на которую влияет множество факторов:

На величину производственной мощности оказывают влияние следующие факторы:

1. Технические факторы:

- количественный состав основных фондов и их структура;

- качественный состав основных фондов;

- степень механизации и автоматизации технологических процессов;

- качество исходного сырья.

2. Организационные факторы:

- степень специализации, концентрации, кооперирования производства;

- уровень организации производства, труда и управления.

3. Экономические факторы:

- формы оплаты труда и стимулирования работников.

4. Социальные факторы:

- квалификационный уровень работников, их профессионализм;

- общеобразовательный уровень подготовки.

Производственная мощность определяется в тех же единицах, в каких измеряется объём производства продукции.

Трудно переоценить значение эффективного использования производственных мощностей. Решение этой задачи означает увеличение производства продукции, повышение отдачи созданного производственного потенциала и более полное удовлетворение потребностей населения, улучшение баланса оборудования в стране, снижение себестоимости продукции, рост рентабельности производства, накоплений предприятий.

Успешное функционирование производственных мощностей зависит от того, насколько полно реализуются экстенсивные и интенсивные факторы улучшения их использования. Экстенсивное улучшение использования основных фондов и производственных мощностей предполагает, что, с одной стороны, будет увеличено время работы действующего оборудования в календарный период, а с другой – повышен удельный вес действующего оборудования в составе всего оборудования, имеющегося на предприятии.

Важнейшими направлениями увеличения времени работы оборудования являются:

1) сокращение и ликвидация внутрисменных простоев оборудования путем: повышения качества ремонтного обслуживания оборудования, своевременного обеспечения основного производства сырьем, материалами, топливом, полуфабрикатами, обеспечения производства рабочей силой;

2) сокращение целодневных простоев оборудования, повышение коэффициента сменности его работы.

Полное использование целосменного фонда времени работы действующего парка оборудования позволяет без дополнительных капитальных вложений увеличить объем продукции и снизить ее себестоимость. Увеличение времени работы отдельных станков, аппаратов способствует росту выпуска продукции и снижению фондемкости в том случае, если данная стадия процесса является «узким местом» в общей технологической «цепочке». Увеличение времени работы оборудования по всей технологической «цепочке» также ведет к росту объема производства и снижению фондемкости продукции. Но последнее зависит, главным образом, от того, как или за счет чего будут сокращаться простои оборудования. Первоочередным резервом является ликвидация внеплановых простоев из-за отсутствия сырья, энергии, задержки сбыта продукции.

Коэффициент сменности можно повысить за счет дополнительной численности станочников, высвобождения излишнего оборудования.

Важным путем повышения эффективности использования производственных мощностей являются уменьшение количества излишнего оборудования и быстрое вовлечение в производство неустановленного оборудования. Омертвление, большого количества средств труда снижает возможности прироста производства, ведет к прямым потерям овеществленного труда вследствие их физического износа, так как после длительного хранения оборудование часто приходит в негодность. Другое же оборудование при хорошем

физическом состоянии оказывается морально устаревшим и списывается вместе с физически изношенным.

Существенным направлением повышения эффективности использования производственных мощностей является совершенствование структуры основных производственных фондов. Поскольку увеличение выпуска продукции достигается только в ведущих цехах, то важно повышать их долю в общей стоимости основных фондов. Увеличение основных фондов вспомогательного производства ведет к росту фондоемкости продукции, так как непосредственного увеличения выпуска продукции при этом не происходит. Но без пропорционального развития вспомогательного производства основные цехи не могут функционировать с полной отдачей. Поэтому установление оптимальной производственной структуры основных фондов на предприятии является весьма важным направлением улучшения их использования.

На успешное решение проблемы улучшения использования производственных мощностей и роста производительности труда оказывает значительное влияние создание крупных производственных объединений. Вместе с этим необходимо больше внимания обратить на развитие специализации производства и технического перевооружения действующих предприятий, вывод с этих предприятий несвойственной их профилю продукции, создание специализированных промышленных объектов в тяготеющих к крупным индустриальным центрам небольших и средних городах, где имеются резервы рабочей силы.

Ускоренные темпы механизации подъемно-транспортных, погружно-разгрузочных и складских работ являются основой для ликвидации имеющейся диспропорции в уровне механизации основного и вспомогательного производства на промышленных предприятиях, высвобождения значительного количества вспомогательных рабочих, обеспечения пополнения основных цехов рабочей силой, повышения коэффициента сменности работы предприятий и расширения производства на действующих предприятиях без дополнительного привлечения рабочей силы. В крупных городах, имеющих дефицит рабочей силы, решение проблемы улучшения использования основных фондов и производственных мощностей действующих предприятий путем их реконструкции, расширения, механизации и автоматизации производства, совершенствования организации производства и труда имеет особо важное значение.

Творческое и добросовестное отношение работников к труду является важным условием улучшения использования производственных мощностей.

Известно, что от совершенства системы морального и материального стимулирования в значительной степени зависит уровень использования производственных мощностей и основных фондов.

Анализ технико-экономических показателей промышленных предприятий, работающих в новых условиях планирования и экономического стимулирования, свидетельствует, что новый экономический механизм, в том числе введение платы за производственные фонды, пересмотр оптовых цен, применение нового показателя для определения уровня рентабельности, создание на предприятиях поощрительных фондов, способствуют улучшению использования основных производственных фондов.

Таким образом, любой комплекс мероприятий по улучшению использования производственных мощностей, разрабатываемый во всех звеньях управления промышленностью, должен предусматривать обеспечение роста объемов производства продукции, прежде всего за счет более полного и эффективного использования внутрихозяйственных резервов и путем более полного использования машин и оборудования, повышения коэффициента сменности, ликвидации простоев, сокращения сроков освоения вновь вводимых в действие мощностей, дальнейшей интенсификации производственных процессов.

#### **Список литературы:**

1. *Туровец, О. Г.* Организация производства и управление предприятием: учебник / О. Г. Туровец, М. И. Бухалков, В. Б. Родинов. – М.: ИНФРА-М., 2007.
2. *Новицкий, Н. И.* Организация производства на предприятиях: учебное пособие / Н. И. Новицкий. – М.: Финансы и статистика, 2006.
3. Экономика организаций (предприятий): Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандера. – М.: ЮНИТИ – Дана, 2006. – 608 с.

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Выборнова В.В., канд. экон. наук, проф.,  
Долженко Е.С., студент**

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

В условиях рыночной экономики увеличивается значение конкуренции как основного механизма регулирования хозяйственного процесса.

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйственного субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. В связи с этим, актуальность темы данной статьи очевидна: для того, чтобы обеспечивать выживаемость предприятия в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать финансовое состояние, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов.

В течение многих десятков лет в нашей стране, в условиях высокой монополизации производителей, регулятором производства продукции являлся не реальный спрос, а - производство и административно-командный механизм распределения, которые регулировали потребление, формировали потребности и выпуск показателей.

В этих условиях проблема конкурентоспособности предприятия и продукции у производителей практически не вставала, а если и возникала, то решалась лишь в отношении той продукции, которая подлежала реализации на внешнем рынке. С развитием рыночного механизма эта проблема в нашей стране резко обострилась и ее решение требовало от всех субъектов рынка активного поиска путей и методов повышения конкурентоспособности производимых и потребляемых товаров. В связи с этим в современной экономике главным направлением финансово-экономической и производственно-сбытовой стратегии каждого предприятия становится повышение конкурентоспособности для закрепления его позиций на рынке в целях получения максимальной прибыли. Обеспечение конкурентоспособности объективно является основной стратегической задачей любого предприятия.

Цель конкурентной стратегии – найти и занять позицию в отрасли, где компания будет лучшего всего защищена от влияния сил конкуренции, или сможет со своей стороны оказывать влияние на них. [4] Давление совокупной силы может быть ощутимым для всех соперничающих сторон, но для того, что бы справиться с ним, стратегия должна быть основана на тщательном анализе происхождения каждой составляющей. Таким образом, был составлен алгоритм разработки конкурентной стратегии предприятия.

Этапы разработки конкурентной стратегии включают в себя:

1 этап – анализ конъюнктуры рынка, который позволяет характеризовать состояние рынка, рыночных отношений в динамике, в том числе выявить объёмы производства на рынке, объёмы продаж, уровень цен на товар, количество продавцов, количество покупателей, определить ёмкость рынка, составить прогноз конъюнктуры рынка.

2 этап – анализ конкурентной среды предприятия, который позволит определить, к какому типу рыночных структур принадлежит изучаемый объект, оценить степень развитости или неразвитости конкуренции на нём [1].

3 этап – оценка сильных и слабых сторон предприятия, которая включает в себя: анализ внутреннего потенциала предприятия, анализ внешней среды предприятия, анализ внутренней среды предприятия, что в совокупности позволит выявить сильные и слабые стороны предприятия.

4 этап – анализ конкурентных преимуществ предприятия, который подразумевает поиск конкурентных преимуществ фирмы, которые могут быть положены в основу конкурентной стратегии. Конкурентное преимущество может быть достигнуто в любом из трёх основных направлений:

- предоставление большего количества благ, реализация более дешевого товара;
- оправдание высоких цен предоставлением повышенного или оригинального качества и сервиса;
- удовлетворение специфической потребности узкой группы потребителей.

5 этап – выбор конкурентной стратегии. Проведя анализ, собранный на предыдущих этапах, менеджеры предприятия осуществляют выбор базовой конкурентной стратегии.

6 этап – разработка конкурентных альтернатив и расчёт их эффективности.

При выборе стратегии необходимо рассмотреть как воздействие этой стратегии на окружающую среду, так и действие на предприятие со стороны внешней окружающей среды. При подготовке плана необходимо предусмотреть те события, которые могут произойти не так, как предполагалось, и затормозить движение к цели. Имеет смысл заранее знать, где это может произойти, и продумать способы предотвращения возможного ущерба. Для целей стратегического анализа применяется методика учета внешних факторов, названная «Анализ STEP - факторов». Аббревиатура СТЭП (STEP) составлена из первых букв слов: Социальные (Social), Технологические (Technological), Экономические (Economic), Политические (Political). [2]

К социальным факторам относится, например, человеческий фактор, который характеризуется определенным числом индикаторов жизненного уровня, в том числе, среднедушевыми доходами, прожиточным минимумом, средней заработной платой. Люди растут в конкретном обществе, которое формирует их основные взгляды, ценности и нормы поведения. На особенности социального уклада влияют, казалось бы на первый взгляд не имеющие существенного воздействия на экономику предприятия факторы:

- стойкая приверженность основным традиционным культурным ценностям;
- субкультура в рамках единой культуры;
- временные изменения вторичных жизненных ценностей;
- мнение супружеских пар о размере семьи;
- отношение людей к употреблению продукта/товара. [1]

Первый из перечисленных факторов влияет на большинство организаций. Планирование с учетом его изменения имеет решающее значение.

Технологические факторы. Одной из влиятельных сил, определяющих судьбу предприятия, являются техническая и прикладная наука. Отношение к научно-техническому комплексу зависит от того, восхищается ли человек его чудесами или скорее поражается его промахами. Любое научно-техническое новшество чревато крупными долговременными последствиями, которые не всегда удастся предвидеть. Изменения в технологии оказывают влияние практически на все организации и предприятия, и требуют учета.

Экономические факторы. Помимо самих людей, для рынков важна покупательная способность. Общий уровень покупательной способности зависит от уровня текущих доходов, цен, сбережений и

доступности кредита. На покупательной способности сказываются экономические спады, высокий уровень безработицы, растущая стоимость получения кредитов, а также: обменный курс национальной валюты, уровень оплаты по закладным, уровень инфляции, экономический цикл. Какой фактор важнее для определенного предприятия - обменный курс или процентная ставка - определяется профилем ее рынка. Существенное влияние оказывает экономический цикл - период подъема или спада в экономике. Немногие компании могут противостоять общим тенденциям развития бизнеса. Повышение процентных ставок может сократить объем кредитов, а снижение уровня оплаты по закладным будет влиять не только на торговлю недвижимостью, но и на тех продавцов, предпринимателей, чей доход зависит от смены людьми своего жилья.

Политические факторы. На маркетинговых решениях сильно сказываются события, происходящие в политической среде. Эта среда складывается из правовых уложений, государственных учреждений и групп общественности, которые оказывают влияние на различные организации и отдельных лиц и ограничивают свободу их действий в рамках общества.

Макросреда фирмы включает такие факторы как демографическая среда, правовая среда, природная среда.

«К успеху в условиях жесткой конкурентной борьбы могут привести следование одной из рыночных стратегий функционирования: а) стратегия лидерства в снижении издержек; б) стратегия дифференциации; в) стратегия фокусирования [2].

Рассмотрим следующие основные виды конкурентных стратегий:

*Стратегия лидерства в снижении издержек* - ориентирует организацию на получение дополнительной прибыли за счет экономии на постоянных издержках. Реализация такой стратегии на практике осложняется рядом обстоятельств, в частности, инфляцией, обесценивающей получаемую прибыль, отсутствием однозначной связи в современных условиях между ростом масштабов деятельности и снижением затрат, невозможностью зачастую быстро переориентировать массовое производство вследствие его инерционности, привлекательностью стратегии для конкурентов. [1]

Суть *стратегии дифференциации* состоит в концентрации предприятия своих усилий в нескольких приоритетных направлениях, где оно пытается достичь превосходства над другими. Поскольку эти направления могут быть самыми разнообразными, то вариантов такой стратегии на практике существует бесконечное множество. В то же

время дифференциация обычно связана со значительными затратами, поэтому даже при ориентации на нее предыдущая стратегия полностью не отбрасывается. [1]

*Стратегия фокусирования* основывается на выборе какого-то из сегментов отраслевого рынка и достижении на нем безусловных конкурентных преимуществ путем реализации одной из двух описанных выше стратегий. [1] Эти преимущества можно потерять вследствие высоких затрат, недостаточной дифференциации деятельности или продукта, а также возможности легкого проникновения в этот сегмент конкурентов.

Предприятие не сумевшее направить свою стратегию по одному из этих направлений, оказывается уязвимым в стратегическом отношении, испытывая нехватку инвестиций, сокращая масштабы своей деятельности.

Не менее важным в условиях выживания является необходимость следования предприятия маркетинговым стратегиям. Можно выделить четыре основных вида маркетинговых стратегий: недифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг, сегментация товара, дифференциация товара.

*Недифференцированный маркетинг* включает такие характеристики как единообразная, стандартизированная, однородная номенклатура товаров. Следуя этой стратегии, предприятие выпускает один или всего лишь несколько стандартных видов товаров, реализуемых на всех рынках однотипно. Преимуществами такой стратегии являются большая степень экономичности, так как издержки по производству товара и организации сбыта сведены к минимуму за счет больших масштабов производства. Недостатками является отсутствие возможности выйти на другие аналогичные сегменты рынка, то есть не используются благоприятные условия рыночной конъюнктуры, при этом повышен уровень риска.

При *концентрированном маркетинге* предприятие концентрирует свою деятельность на одном сегменте рынка. Преимущества: вследствие значительных масштабов производства затраты на производство товаров и рекламу сокращены (но в меньшей степени, чем при недифференцированном маркетинге). Недостатки: как и в случае недифференцированного маркетинга, отсутствует распределение риска.

*Сегментация товара* включает такие характеристики, как различная номенклатура товаров, имеющая дивергентный характер [2]. Компания производит разные виды товаров, каждый из которых направлен на удовлетворение соответствующего сегмента рынка со

своими условиями конъюнктуры. Преимущества: широкая зона охвата рынка, высокая степень распределения риска. Недостатки: издержки на производство товарной единицы, большие расходы на рекламу.

*Дифференциация товара* - единообразная, стандартизированная, однородная номенклатура товаров с «псевдодифференциацией». Эта стратегия предполагает ряд характерных моментов:

➤ компания производит в основном один и тот же товар, но с небольшими изменениями (например, с разной маркировкой, цветом и т.п.), в том числе в организации сбыта (в соответствии с сегментами рынка);

➤ компания производит один и тот же товар, но с изменениями в области организации его сбыта. Преимущества: издержки на производство товарной единицы невысоки, большая доля охвата рынка. Недостатки: поскольку преимущества продукции могут не соответствовать действительности, покупатели могут менять одну марку товара на другую, стремясь получить выгоду. Успех стратегии зависит от того, насколько потребитель верит, что объявляемые преимущества реальны. [2]

«Для всех лидеров рынка можно выделить две общие черты. Во-первых, постановка амбициозных целей и, во-вторых, тщательная разработка и последующее внедрение маркетинговой стратегии. Без преувеличения можно сказать, что разработка стратегии - это искусство, которым владеют успешные предприниматели. Компании должны ясно представлять, какие товары и для каких потребителей они должны выводить на рынок».

В современный период проблема конкуренции приобрела особую актуальность в экономике, потому что здоровая конкуренция - это одна из основных движущих сил развития экономики и человечества вообще. А многие предприятия, делающие первые шаги в условиях рынка, не умеют и не знают, как правильно вести конкурентную борьбу. Поэтому, рассмотренная тема заслуживает особого внимания.

#### **Список литературы:**

1. *Бунеева, Р. И.* Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник / Р. И. Бунеева. - Ростов н/Д: Феникс, 2009. — 365 с.
2. *Волкова, О. И.* Экономика предприятия (фирмы): учеб. пособие / под ред. О.И. Волкова, О.В. Девяткина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007. — 601 с.

## **ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Гетманцев А.А., аспирант**

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

Современная экономическая обстановка, в которой осуществляют свою деятельность предприятия, характеризуется нестабильностью и неопределенностью. Устойчивое развитие в перспективе зависит от его способности прогнозировать и гибко реагировать на изменяющиеся условия внешнего окружения, удерживать и приобретать новые конкурентные преимущества в борьбе на рынках.

Значение инноваций постоянно возрастает, так как практика бизнеса заставляет каждое предприятие вводить разнообразные новшества и рационализировать производство. Кроме того, инновации имеют решающее значение для поддержания или повышения уровня доходности. Под давлением конкуренции показатели эффективности функционирования предприятия после выхода товаров на рынок начинают быстро сокращаться.

Исследование инновационного процесса позволяет отметить, что современными учеными выделяются следующие основные этапы инновационного процесса: генерирование новой идеи; экспериментальная реализация новой идеи; освоение в производстве; потребление; массовый выпуск [1;110].

При практической реализации определенного инновационного проекта на конкретном предприятии, необходимыми становятся еще две стадии инновационного процесса, а именно, оценка инновационного потенциала хозяйствующего субъекта и экспертиза инновационного проекта применительно к данной организации. Эти этапы появляются именно при практическом внедрении инновационных процессов, так как на стадии теоретического моделирования необходимости в них нет.

Анализ научной литературы в области инновационного потенциала позволяет говорить о недостаточной проработанности данной тематики и отсутствии у ученых единого мнения о сущности термина «инновационный потенциал». Сущность любого объекта достаточно полно раскрывается посредством выявления его структуры. В этой связи отдельно следует остановиться на основных компонентах исследуемой категории. Анализ существующих подходов к оценке инновационного потенциала [4; 65] позволяет выявить три основные

компоненты, совокупность которых в полной мере отражает сущность исследуемого понятия:

- внутренний потенциал;
- ресурсный потенциал;
- результативная компонента.

Внутренний потенциал характеризует возможность целенаправленного осуществления инновационной деятельности, т.е. определяет способность системы на принципах коммерческой результативности привлекать ресурсы для инициирования, создания и распространения различного рода новшеств и характеризуется через процессы создания и внедрения нового продукта, обеспечения взаимосвязи новатора как с наукой, предоставляющей прогрессивные идеи, так и рынком, потребляющим готовый продукт, а также методы и способы управления инновационным процессом. [7; 5]

В современной литературе широко освещается ресурсный потенциал как одна из компонент инновационного потенциала предприятия – это совокупность ресурсов, которые используются в определенных экономических формах для производства инновационной продукции, удовлетворяющей общественные потребности.

Результативная компонента выступает отражением конечного результата реализации имеющихся возможностей (в виде нового продукта, полученного в ходе осуществления инновационного процесса). Важность и целесообразность обособленного выделения подтверждается тем, что ее увеличение, в свою очередь, способствует развитию остальных составляющих (например, ресурсной). [7; 7]

Инновационный потенциал предприятия определяет возможности и глубину инновационных преобразований, поэтому в зависимости от его величины и качественного состояния определяется охват предприятием тех или иных стадий инновационного цикла.

Однако, при оценке инновационного потенциала предприятия возникает ряд проблем. Официальной статистикой не отражаются показатели, с помощью которых можно было бы проводить анализ состояния инновационного потенциала отдельных хозяйствующих субъектов. Для планирования и управления инновационной деятельностью в целом и инновационными проектами в частности используются показатели результатов инновационной деятельности, характеризующие результаты внедрения новых или усовершенствованных продуктов или технологических процессов. В их составе обычно рассматриваются три группы показателей, отражающих

удельный вес инновационной продукции в общем объеме выпуска, влияние инноваций на результаты деятельности предприятия и влияние инноваций на использование производственных ресурсов.

В существующих формах отчетности информационная база, отражающая инновационную деятельность в основном ограничивается лишь патентной статистикой, освещающей начальную стадию инновационного цикла – процесс производства новых знаний. Кроме того, статистические формы предназначены для сбора только количественных показателей, использование которых для управления инновационной деятельностью без дополнительной информации даст одностороннюю оценку. Данная ситуация отражает существовавшее долгое время мнение, в соответствии с которым инновационная деятельность рассматривалась как неотъемлемая часть научной. Такой подход рассматривает линейную модель инновационного цикла, состоящую из стадий: научные исследования; изобретения; нововведения и диффузия технологических инноваций. Линейная модель оправдывала использование показателей статистики науки в качестве основных показателей инновационной активности. В этом случае инновационная политика ограничивалась ускорением продвижения нововведений по всем стадиям инновационного цикла, не учитывая эффект от внедрения предлагаемых рынку или внедряемых на предприятии разного рода новшеств. [1; 116]

Таким образом, формы для сбора и анализа информации об инновационной деятельности, представленные как официальными статистическими организациями, так и промышленными предприятиями, не позволяют объективно оценить инновационный потенциал отдельных предприятий. Для проведения оценки состояния инновационного потенциала предприятия экспертами предлагаются следующие основные требования к формированию системы характеризующих показателей:

- в системе должны быть показатели, отражающие наличие и качество основных стратегически важных для предприятия ресурсов, вовлеченных в инновационную деятельность предприятия, т.е. характеризующие состояние воспроизводственной составляющей инновационного потенциала;
- в системе должны быть показатели, прямо или косвенно указывающие на результативность использования имеющихся ресурсов предприятия, вовлеченных в инновационную деятельность, т.е. отражающие состояние производственной составляющей инновационного потенциала.

Оценка инновационного потенциала необходима не только для измерения возможностей инновационных преобразований, но и для определения величины и параметров ресурсов, привлекаемых со стороны.

Слабая взаимосвязь промышленных предприятий с различными секторами науки и институциональными структурами инновационной сферы свидетельствует об ориентации подавляющего большинства обследованных предприятий на собственные исследования и разработки. Однако проблемами развития внутрифирменной науки остаются низкая квалификация персонала и недостаточная обеспеченность научным оборудованием, что, в конечном счете, снижает уровень проводимых исследований. Использование научных разработок отраслевых НИИ и вузов помогло бы предприятиям «компенсировать» недостаток квалифицированных кадров и повысить собственный инновационный потенциал.

Анализ перечисленных проблем позволяет сделать вывод об отсутствии на предприятиях эффективных методов и форм управления инновационными ресурсами. Для реформирования внутрифирменной политики в сфере инноваций, а также разработки и реализации инновационных стратегий предприятиям необходима комплексная оценка собственного инновационного потенциала и качественный систематический анализ внешней среды.

#### **Список литературы:**

1. *Кислицина, О. А.* Экономическая оценка инновационного потенциала предприятия / О. А. Кислицина // Сборник научных трудов НГТУ – 2010. – № 1(59) – С. 109–116.
2. *Кокурин, Д. И.* Инновационная деятельность / Д. И. Кокурин. - М.: Экзамен, 2001. - 576 с.
3. *Круглов, А. В.* Субъектно-ориентированный механизм обеспечения оценки инновационного потенциала промышленных предприятий / А. В. Круглов // Автореферат диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - М., 2011. - 24 с.
4. *Матвейкин, В. Г.* Инновационный потенциал: современное состояние и перспективы развития: монография / В. Г. Матвейкин, С. И. Дворецкий, Л. В. Минько, В. П. Таров, Л.Н. Чайникова, О. И. Летунова. - М.: Машиностроение-1, 2007. – 240 с.
5. *Нечепуренко, М. Н.* Организационно-экономический механизм управления устойчивым развитием предприятия на основе инновационной активности / М. Н. Нечепуренко // Автореферат диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - М., 2006. - 19 с.

6. *Райзберг, Б. А.* Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева // 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 495 с.
7. *Собченко, Н. В.* Оценка инновационного потенциала как неотъемлемой части инновационного процесса / Н. В. Собченко // Электронный журнал Наука и образование. — 2011. - №4. — 8 с.

## ПАРАМЕТРЫ ОПЕРАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Глаголев С.Н., д-р экон. наук, проф.,  
Дорошенко Ю.А., д-р экон. наук, проф.,  
Конева О.И., соискатель

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

Лингвистически термин «стратегия» происходит от греческого «*strategos*» – движущий армию. Действительно, военные и бизнес-стратегии во многом схожи и имеют единые принципиальные основы: 1) постановка частных целей, которые связаны с общей целью; 2) планирование действий по достижению этих целей; 3) приоритет долгосрочных целей над краткосрочными; 4) планирование и организация «общей картины», а не сосредоточение на отдельных видах деятельности; 5) оторванность от рутинных ежедневных работ.

Под стратегическими решениями можно понимать те решения, которые распространяют свое влияние на всю организацию и связаны с определением ее позиции по отношению к окружающей партнерской и контактной среде, а также определяют движение организации к долгосрочным целям. В этом случае стратегия – это общая модель решений и действий, которые влияют на долгосрочное развитие бизнеса. Операционная стратегия связана со структурой стратегических решений, которые определяют роль, задачи и процессы операционной деятельности. Операционная стратегия зависит от корпоративной стратегии, которая основывается на главной миссии компании и, по сути, отображает, как именно фирма планирует использовать все свои ресурсы и функции (маркетинг, финансы и операции) с целью обеспечения конкурентного преимущества. Операционная же стратегия (*operations strategy*) определяет способ и уровень использования производственной мощности компании и способствует реализации корпоративной стратегии (точно так же маркетинговая стратегия фирмы определяет, какими конкретными методами будет осуществляться сбыт товаров и услуг, а финансовая стратегия намечает наиболее эффективные варианты использования финансовых ресурсов.) [3, с. 22]

Остановимся на том, что термин «операционная стратегия» выглядит противоречиво сам по себе, так как операционные задачи обычно противопоставляются стратегическим. Однако в данном случае имеется в виду операционная (производственная) деятельность

предприятия, стратегические аспекты которой отнюдь не тривиальны. Операционные функции в промышленности – это любые функции, связанные с преобразованием исходных ресурсов в составляющие конечного продукта. Под операционным менеджментом мы понимаем деятельность по управлению ресурсами, которые участвуют в производстве и доставке на рынок продуктов и услуг.

Операционная стратегия связана с тремя важными этапами:

- 1) создание и претворение стратегии в жизнь;
- 2) поддержка стратегии, или развитие возможностей, позволяющих организации совершенствовать свою деятельность;
- 3) обеспечение жизнеспособности стратегии через придание уникальности долгосрочным преимуществам компании.

Зарубежными учеными разработана четырехступенчатая модель, которая позволяет оценить роль и вклад операционной стратегии в развитие организации. Суть модели в том, что по мере повышения операционных возможностей и укрепления стратегической рыночной позиции операционные стратегии компании изменяются в следующей последовательности: 1) корректировка проблем; 2) использование лучших практик; 3) лидерство в операционных возможностях; 4) инновационное и творческое первенство.

На любом из этих уровней операционная стратегия должна учитывать диктуемые сверху потребности бизнеса (доход на инвестиции, рентабельность, рост стоимости и пр.), а также требования рынка, текущей деятельности и производственные возможности. Наиболее значимая связь имеет место, на наш взгляд, между операционной стратегией и рыночными целями компании, поскольку практически все факторы конкурентоспособности основаны на индикаторах производственной деятельности. Так, низкие цены имеют в своей основе издержки производства, высокое качество – это результат производственного контроля и подходящей технологии, быстрая доставка определяется рациональностью организации производства, новизна и широкий ассортимент продуктов зависят от гибкости операционной деятельности.

При построении операционной стратегии необходимо учитывать также ее связь с жизненным циклом продукта. Иными словами разные параметры операционной деятельности играют ключевую роль на каждом этапе жизненного цикла (табл. 1). Наиболее часто в литературе [2, 4] выделяют такие параметры, как:

– гибкость – умение своевременно адаптироваться к изменяющимся запросам покупателей. Она определяет уровень

товарных запасов, частоту случаев отсутствия готовой продукции или сырья;

- скорость – продолжительность перемещения товара от производителя к потребителю;
- издержки производства и сбыта;
- качество продукта в его расширенном понимании;
- надежность – степень соблюдения установленных сроков поставки (выражается через частоту и величину отклонений от стабильного графика поставок).

Таблица 1

Параметры операционной стратегии относительно жизненного цикла товара

| Этап ЖЦТ  | Параметры операционной стратегии   |  |  |  |   |
|-----------|--|--|--|--|---|
|           | Гибкость   | Скорость   | Издержки   | Надежность   | Качество  |
| Внедрение | Ключевой параметр. Скачки объемов продаж приводят к необходимости больших запасов ресурсов                         | Низкая, но возрастает  | Высокие издержки на продвижение, на адаптацию производства, на простои оборудования  | Низкая, так как имеет место высокая неопределенность сбыта, возможны срывы поставок                | Ключевой параметр. Так как от пробных продаж зависит покупательское отношение к продукту                                    |
| Рост      | Цель – оптимизировать запасы, не допуская их отсутствия  | Ключевой параметр. Рост скорости обеспечивается за счет сокращения длины канала сбыта.       | Большую долю в структуре издержек занимают транспортные и складские расходы  | Ключевой параметр. Высокая, она повышается за счет дорогостоящих логистических решений             | Ключевой параметр. Совершенствование продукта и появление его модификаций – один из основных факторов конкурентоспособности |
| Зрелость  | Нет необходимости в высокой гибкости, т.к. клиентская база сформирована, портфель заказов пополняется своевременно | Относительно не важна, т.к. рынок поделен. Важна легкость, стоимость доставки, а не скорость | Ключевой параметр. Цена – основной фактор выбора. Издержки снижаются, т.к. качество товара стабилизировалось, поставщики предоставляют скидки с ростом размера закупок | Ключевой параметр. Для покупателей важно послепродажное обслуживание, бесперебойное наличие товара | Стабилизируется. Важно поддерживать его на принятом уровне  |
| Спад      | Покупатели все более терпимы к случаям сбоев в поставках во имя снижения издержек                                  | Не имеет значения  | Ключевой параметр. Минимизация затрат за счет удешевления компонентов, сокращения рекламы. Ценовая конкуренция доминирует  | Не имеет значения  | Стабильное  |

Подходы к разработке операционной стратегии предприятия различны и основываются:

1) на обеспечении формальной связи между общими стратегическими целями и имеющимися ресурсами;

2) на использовании факторов конкурентоспособности, значимых для потребителей;

3) на обеспечении не меньшего чем у конкурентов уровня производительности;

4) на учете «разрыва» между желаемым состоянием и реальным.

Таким образом, в заключение необходимо отметить, что круг вопросов, охватываемых операционной стратегией предприятия достаточно широк. Он включает базовые проблемные области: разработку новой продукции, построение сети поставок, организацию производства и выбор технологии. Помимо них можно выделить инфраструктурные области: планирование операционных функций и связей с производственными подразделениями, определение количества и плана размещения оборудования, оценка и совершенствование операционной деятельности, развитие отношений с поставщиками. В конечном счете, операционная стратегия должна способствовать повышению эффективности производства особенно в условиях, когда производственные предприятия, являющиеся сложными системами с большим количеством переменных разных типов, действуют в условиях неопределенности.

#### **Список литературы:**

1. *Горелик, О. М.* Производственный менеджмент: принятие и реализация управленческих решений / О. М. Горелик. – М.: КНОРУС, 2007. – 272 с.
2. *Коммерческая деятельность: учебное пособие / Е.Д. Щетинина, М.С. Старикова, С.М. Микалут.* – Белгород: Изд-во БГТУ, 2012. – 313 с.
3. *Чейз, Р. Б.* Производственный и операционный менеджмент / Р. Б. Чейз, Н. Дж. Эквилайн, Р. Ф. Якобе / 8-е издание; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. — 704 с.
4. *Slack, N.* Operations management / N. Slack, S. Chambers, R. Johnston / 6th ed. – Printed and bound by Rotolito Lombarda, Italy, 2010. – 686 pp.

## **РОЛЬ ТРЕТЬЕГО СЕКТОРА В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ МЕХАНИЗМА СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ**

**Горячева В.Р., аспирант**  
*ФГ БОУ ВПО «Российский экономический  
университет имени Г. В. Плеханова»*

Под гражданским обществом понимается общество, состоящее из обладающих правовой и политической культурой граждан государства, поддерживаемого не государственным принуждением, а и самостоятельными усилиями граждан по улучшению жизненных условий. Его свойства – высокая степень самоорганизации, способность регулировать политическую, культурную, экономическую, социальную жизнь. Гражданское общество - это система социально-экономических и политических отношений, существующих в условиях социальной справедливости, свободы, удовлетворения материальных и духовных потребностей человека. Человек, личность является его высшей ценностью. Гражданское общество – показатель высокого уровня общественного развития, развитой демократии. Разнообразие, равенство форм собственности, свобода убеждений, выбора, труда, предпринимательства, информации, незыблемость прав и свобод человека, развитое самоуправление – основные составляющие гражданского общества. [2]

Одним из признаков сильного в экономическом, политическом и социальном плане государства является именно развитое гражданское общество, помогающее создать государство «всеобщего благоденствия». Поэтому и наше государство, будучи развивающимся, заинтересовано в развитии своего гражданского общества, поскольку это обеспечит соответствие мировым тенденциям, повысит доверие и престиж страны на мировой арене. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года предполагает активное становления основных институтов гражданского общества, это является одним из основных приоритетов развития (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р). Главным рычагом для создания гражданского общества является правовое регулирование взаимоотношений в обществе. Принято делить гражданское общество на три сектора:

1. государственный;
2. коммерческий;

### 3. некоммерческий.

К государственному сектору относятся органы государственной власти на всех уровнях и все виды государственных организаций; к коммерческому – коммерческие организации; к некоммерческому – негосударственные некоммерческие организации, волонтеры, благотворительные организации, общественные объединения и прочие. Негосударственные некоммерческие организации являются основной частью некоммерческого, или третьего, сектора. Правительственные некоммерческие организации относятся к государственному сектору гражданского общества.

В последнее время в большинстве стран мира социальные реформы идут по пути перераспределения социальных обязательств от государства к гражданину, что означает высокий и возрастающий уровень гражданского благосостояния. В России же подобные реформы получают пока негативную критику, поскольку основная масса населения экономически и финансово несамодостаточна, а предлагаемые меры могут дополнительно понизить жизненный уровень граждан. Положительно в этих измерениях то, что государство снимает с себя множество социальных обязательств, не обеспеченных соответствующими ресурсами. Из послания Дмитрия Медведева Федеральному Собранию РФ 22 декабря 2011 года очевидно, что развитие институтов гражданского общества и некоммерческих организаций – одно из важных направлений совершенствования нашего общества. Д. Медведев отмечает рост социальной активности общественных организаций как одно из ключевых достижений последних лет. Государственные меры были направлены на поддержку, развитие, стимулирование добровольчества в стране. [4, 5]

Чем некоммерческие организации отличаются от коммерческих? Коммерческие организации создаются для ведения деятельности, приносящей прибыль, которая распределяется между ее участниками, а некоммерческие организации не имеют права ставить целью извлечения прибыли в качестве главного назначения своей деятельности. В соответствии с п.2 статьи 2 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», главные цели создания некоммерческих организаций - общественно полезные. Это могут быть социальные, благотворительные, культурные, образовательные, научные, управленческие. Список видов социально полезной деятельности достаточно широк. Это деятельность в области поддержки здравоохранения, образования, поддержки физической культуры, спорта, искусства. Некоммерческие организации вправе заниматься

удовлетворением нематериальных потребностей граждан, юридической деятельностью, такой, как защита прав и законных интересов граждан, разрешение споров и конфликтов, а также другими сходными, общественно полезными видами деятельности. [1]

Несмотря на общность целей, некоммерческие организации имеют ряд существенных различий в плане их деятельности. Так, благотворительной организацией является только неправительственная некоммерческая организация. Это значит, что государство не может заниматься благотворительной деятельностью, а может только создавать условия для ее развития (например, развивать законодательство, оказывать финансирование и прочее). Иногда НКО занимаются коммерческой деятельностью, но в этом случае эта деятельность должна осуществляться в соответствии с целями создания организации, а прибыль от нее должна идти на выполнение уставных целей. В том случае, если доход или прибыль организации, полученные от ведения коммерческой деятельности, превышающие ее расходы, они не могут распределяться среди участников.

Заинтересованность Правительства в усилении третьего сектора также проявляется в существенных изменениях условий финансирования его объединений. Также создается так называемый спрос на услуги некоммерческих организаций со стороны государства. Сегодня доля иностранных фондов в общем объеме финансирования НКО сокращается, как альтернатива растет государственная поддержка, в частности, так называемые «президентские гранты». В 2011 году их сумма составила 1 млрд рублей. Однако, у экспертов и представителей НКО есть критические замечания относительно недостаточной публичности и прозрачности конкурсных процедур распределения грантов, слабая заинтересованность организаторов в результатах и эффективности проектов. [3, 5]

С развитием институтов гражданского общества и способов государственной поддержки третьего сектора в России появилась новая категория НКО: социально ориентированные некоммерческие организации (СО НКО). Это понятие было введено Федеральным законом от 5 апреля 2010 г. № 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций». Правительством РФ была разработана Программа поддержки социально ориентированных НКО. Если деятельность этих организаций направлена на решение социальных проблем и сокращение бюджетных

расходов государства по этим направлениям, то такие организации получают финансирование из государственного бюджета.

880 млн. рублей – такую сумму составили бюджетные ассигнования Министерству экономического развития Российской Федерации на поддержку СО НКО в соответствии с частью 1 статьи 24 Федерального закона "О федеральном бюджете на 2011 год и на плановый период 2012 и 2013 годов" и Федеральным законом "О некоммерческих организациях". Из них:

- 600 млн рублей – субсидии 49 региональных программ поддержки СО НКО (конкурсный отбор).
- 132 млн рублей – на финансирование проектов СО НКО, которые работают сразу в нескольких регионах и поддерживают другие СО НКО;
- 9,2 млн рублей – на проведение научно-исследовательских работ по проблемам деятельности и развития СО НКО и информационную поддержку реализации Программы поддержки СО НКО. [5]

Дополнительные средства на реализацию Программы поддержки социально ориентированных НКО в 2012 году:

- 162 млн рублей – на субсидирование проектов СО НКО;
- 100 млн рублей – на образовательный компонент программы, повышающей квалификацию сотрудников НКО и чиновников;
- 28 млн рублей – на создание информационной системы о деятельности СО НКО, НИР и др. [5]

**Благотворительные организации** – еще один важный участник третьего сектора. Благотворительной организацией является неправительственная (негосударственная и немуниципальная) некоммерческая организация, созданная для реализации общественно полезных целей путем осуществления благотворительной деятельности в интересах общества в целом или отдельных категорий лиц. (п. 1 статьи 6 Федерального закона от 11.08. 1995 № N 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»). К общественно полезным целям в данном случае относятся:

- развитие сферы здравоохранения, образования и просвещения;
- охрана и содержание объектов и территорий, имеющих историческую, природоохранную, культурную ценность;
- охрана окружающей природной среды, защита животных;
- поддержка физической культуры и массового спорта;
- поддержка и защита граждан в социальной сфере.

К компетенции некоммерческих организаций также могут быть отнесены помощь в различных конфликтах, людям, пострадавшим от репрессий, беженцам; мероприятия, направленные на укрепление мира и согласия между народами, укрепление роли семьи в обществе, помощь сиротам, матерям, а также помощь перенесшим стихийные бедствия, катастрофы природного или техногенного характера, пострадавшим от несчастных случаев.

Благотворительная организация - некоммерческая организация в форме общественного объединения или общественной организации, учреждение или фонд (этот статус может быть ей присвоен). Физические и юридические лица могут учреждать благотворительную организацию. Следует заметить, что государственные и муниципальные учреждения, органы государственной власти и местного самоуправления, государственные и муниципальные унитарные предприятия не могут ими стать.

Это значит, что благотворительная деятельность – прерогатива общества. Поэтому важный сектор гражданского общества – некоммерческий. В силах населения при условии грамотного распределения материальных и нематериальных ресурсов участвовать в решении назревших социальных проблем. С другой стороны, всецело некоммерческий сектор передать в руки частного сектора тоже нельзя, иначе общество рискует не получить значительной части общественных благ, таких, как здравоохранение и образование. В функции государства входит забота об обществе в социальном, экологическом, спортивном, культурном планах, но часто в рамках рыночной экономики этого недостаточно, либо государство не может достаточно эффективно осуществить перераспределение материальных средств в пользу общества. Это значит, что государство должно создавать условия для развития некоммерческой сферы и помогать частному сектору делать это более эффективно с точки зрения общественной пользы.

Уровень развития некоммерческого сектора в России повышается, хотя сейчас он достаточно низок. И все же доверие россиян к благотворительности постепенно растет. Этому способствуют повышение уровня жизни, успешность современных российских благотворительных фондов и реабилитация репутации некоммерческой деятельности в целом, содействие отдельных известных людей развитию и популяризации благотворительности (например, успешная деятельность фонда «Подари жизнь» Чулпан Хаматовой). Благотворительность постепенно становится доступной и понятной для

населения, развивается социальная реклама, в социальных сетях активизируются неинституционализируемая благотворительность и волонтерство. Сами благотворительные проекты постепенно становятся более продуманными, эффективными, полезными. НКО, общественные объединения государственные учреждения и корпорации действуют в интересах общества, пытаясь решить (или смягчить) проблемы общественного характера. Волонтеры безвозмездно трудятся в интересах благополучателей или некоммерческих организаций. Известно, что в условиях рыночной экономики государство не может полностью и качественно обеспечить социальную защиту населения. Поэтому государству выгодно ориентировать предпринимателей и бизнесменов на социальную ответственность перед нуждающимися людьми в областях здравоохранения, образования, обеспечения жильем, на создание условий жизни, отличных от нищенских. Для обеспечения благосостояния граждан в развитых странах выработана практика включения во взаимодействие государства и общества еще одного посредника – бизнеса. Этот механизм перераспределения средств является достаточно действенным, поскольку позволяет использовать крупные суммы коммерческих компаний на ведение благотворительной деятельности. Итак, третий сектор может поддержать социальную сферу общества, способствовать развитию образования и спорта, заполнить те области жизни общества, где в рамках рыночной экономики государственных мер по поддержке недостаточно.

#### Список литературы:

1. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».
2. Шлестаков, А. В. Экономика и право. Энциклопедический словарь / А. В. Шлестаков. – М.: Дашков и К, 2000. – 568 с.
3. Распоряжение Президента Российской Федерации от 02.03.2011 № 127-рп «Об обеспечении в 2011 году государственной поддержки некоммерческих неправительственных организаций, участвующих в развитии институтов гражданского общества» // <http://graph-kremlin.consultrnt.ru/page.aspx?1;1547724>
4. Военное обозрение. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://topwar.ru/9577-poslanie-federalnomu-sobraniyu-osnovnye-tezisy-vystupleniya-medvedeva.html>
5. Доклад Общественной палаты Российской Федерации «О состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2011 год». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://opr.ru/files/dokument2011/dokladOPRF2011\\_29012012.pdf](http://opr.ru/files/dokument2011/dokladOPRF2011_29012012.pdf)

## THINKING UNDER PRESSURE IN BUSINESS COMMUNICATION

mr Nebojša Gijić,  
mr Gordana Đuretić,  
mr Vladana Lilić

*Faculty for Education of the Executives, Alfa University, Belgrade, Serbia*

**Abstract:** *These days there is necessary adjustments to decision making pressures in business relations. When we are under pressure or in trouble, our ability to think creatively or just think, could bear the consequences. Most people are generally not savvy. We all need to practice our speech and thinking, whether it is about ourselves or our business ideas.*

**Keywords:** *thinking, communication, pressure management.*

### **Introduction**

Even the most successful executives may succumb to pressure, when faced with difficulties. There are ways which you can use to train yourself, to stay calm and focused under pressure. We've all been in situations where we are suddenly confronted with unexpected question by boss or client, and we just uttered a few disconnected words and weak response, rather than a skilled response for which we know we are capable of. It often happens that, some liquid colleagues show with “prepared” answer to the question, leaving us frustrated and disgraced with our own failure to act and think quickly. Then there is the classic moment of discomfort, in which all too often, words that we wanted to utter suddenly appear in our minds when the opportunity fell through. The truth is that the quick thinking and response to the circumstances under pressure is an important business skill, but one of the most difficult to overcome. For some people it comes naturally, and the rest of the population must learn how to get there the hard way. But if we want to avoid the destruction of careers because of the blockade of the brain when we are under pressure, it is worth every effort. Experience in any field that is related to human behavior encourages practitioners to connect all the possible outcomes to their decisions.

### **How to think and react quickly?**

Why there is a blockage of the brain? It is not new that when we are under pressure or in trouble, our ability to think creatively (or just simply think), could bear the consequences. Our instinctive response to

unanticipated threats is panic and a constant struggle.<sup>1</sup> This is an answer that might be handy for large predators, but it does not help much about our own reasonable speech. We should try to stay calm and focused, says Kate Firth, a prominent trainer in communication, working with business leaders and senior politicians to improve their diction.<sup>2</sup> All comes to use of logic, but also to use your own body. Most people spend time on content and what they want to say, but wonder why it is difficult to do so when they find themselves in a position to do so.

One of the tricks is to fool your body - in the case of short circuit of your panic response - deliberately slowing down your breathing. It is much harder to be under stress if you breathe like we were in the normal situation. When we calm breathing, thinking is starting. Sounds simple, but thrives.

It should, for example., ask ourselves what we want to achieve with this meeting? Many would say: "I just want people to know something, but here is missing a verb, like:" I have to convince people X, or clarify Y. If you guess the verb before we get into a difficult situation, our brain rejects everything that we do not need - it helps us to prepare for a situation where we know we may be called.

The key to the negotiations - and to any meeting where we have a specific goal negotiation - is preparing.<sup>3</sup> This means that we should put ourselves in place of others - what do they want to know or which questions should they ask? If well prepared, the less likely we'll be faced with the question that we do not expect or that we can't answer. When the opportunity arises we need to take a deep breath and think about the structure of our question, present a clear opinion and then finish it. Should bear in mind that our opinion is considered important, because, if it is not so, the meeting would not be possible. Even if we are unprepared for a topic, the framework helps us to move forward - words come to the correct place. First, we should briefly summarize the situation, with phrases like:"This is important because ...", to provide background or further guidance, and explain what is the problem. . It is advisable to start with a negative scenario, such as: "If we do nothing, we risk the loss - all of our clients." People are going to follow us, and this approach will arouse their interest and

---

<sup>1</sup> Pavlov I. Petrovich 2003., *Conditioned reflexes: an investigation of the physiological activity of cerebral cortex*, USA, New York, Dover Publications Inc.

<sup>2</sup> Alexander Rebeca 2011., „Performing under pressure“, *Management Today*, Teddington Studios, UK, Teddington, jul 2011.

<sup>3</sup> Vučenović V., Radosavljević Ž., Marković Aca 2011., *Samo-organizacija*, Beograd, FORKUP, 322.

enthusiasm for action. So that we can move on to the decision: "The best way to react in this situation is ..." We can give more than one option.

Those who naturally know how to think quickly knows that is important to learn some simple techniques for obtaining the precious seconds, without looking undecided. One way is to ask them to repeat or clarify the question. Not only do we get more time for thinking, but the question will likely be clearer next time. If this fails, you should ask the one who asked you. It is also a way to make a space for reflection, but also an opportunity to formulate the question differently, perhaps to simplify, or to neutralize a hostile, if we feel like we were on trial. When we understand the issue, then we can consider whether we have a ready answer. If we don't have it, we should not hesitate to say it. Honesty is the best solution. If we need more time to respond, it should be emphasized, if we do not know something, it is better to admit. Such honesty may seem unreliable or even incompetent, but in fact can improve our relationship with the other side. We may not immediately realize the benefit, but people will remember that we have been honest and have integrity. In the long period it is the best result.

With question: "Can i get a moment to think about this?" we give flattering reply to show that we think that the question of that person is important.<sup>4</sup> Another possibility is to imagine a conversation with a potentially hostile audience, who will try to find flaws in our answer. We need to talk less and say more. Frames are (IEI) (idea - example - idea), and (PREP) (position - reason - example - position).

When we articulate our thoughts, we should not be ashamed to ask more questions. If requested for our opinion, we will give it, but should also include questions like: "Is money a problem?, What resources are available to us?, What is your ideal outcome?" Questions like these are good for showing our commitment to deepen and our thinking, and it also gives more likely to lead to a better end. For example. If we look at politicians, we notice that they do not answer questions that they asked, but the questions they would like to have them installed. However, this trick should be used in moderation - can easily seem ambiguous and insincere. A safer option is to expand the question. We should not go into details irrelevant and dangerous.

We should not forget the importance of body language, especially the gestures with hands. When we use gestures in a way, our interpretation is beginning to change. If the palms are facing up, we are more accessible, when our palms facing down, act more serious and more focused on the task.

---

<sup>4</sup> Kourdi Jeremy 2006., *Think On Your Feet: 10 steps to better decision making and problem solving at work*, UK, London, Cyan Books and Marshall Cavendish.

If we ask ourselves, for example, whether this is the moment when we need to win over the people, in that case the palms should facing up, and if we have to be treated seriously, the palms should facing down.

Occasionally, despite our best intentions the interviewer or the audience will act hostile. Then you have to try to calm things by trying to figure out why they are so worried about and showing consideration for their position. If we are not able to, we should ask someone else. If the examiner persists in the things we consider unimportant, we should tell him that we'll explain to him later, one-to-one. The last thing we want is to be drawn into the fight, and lose credibility with those who simply want to make the situation worse. In emergency situations, our morals may be compromised. We should ask ourselves whether we are doing the right thing. Can we defend a decision with full transparency. We must not assume that everything is OK just because everyone else seem to agree.

### **Mastering the "elevator settlement"**

In "elevator settlement" or "conversation in the hallway," in a few seconds we have to make a good impression on someone important. . Sander I. Marcus<sup>5</sup>, a clinical psychologist, suggests that we should first give a short notice to provoke interest. Also, we need to focus our thoughts out of our name and work place (our capacity to act), and look at the lower limit of the usefulness and benefits of what we do. For example: "I'm helping my people to work better together." Next is to change the subject and ask the guests something that regarding them. If we succeed caveats, the interviewees will tell us that what we do sounds interesting, and will request additional information. And if not managed, they will still want to answer our questions and they will still be interested. Marcus admits that this does not come naturally to everyone. Most people are not savvy. We need to practice our speech whether it is about us or our business ideas. It is necessary to find a line of diction that would seem natural, and that does not sound like that there is some trick behind it.

Six ways to be in the spotlight:

1. Do your homework - to reduce the risk of surprises at an important meeting, thinking ahead about the issues that we would probably set.

2. Second Buy time - to win the vital space of thinking asking that question again, or returning back to the examiner for the beginning of our answer.

---

<sup>5</sup> Alexander Rebeca 2011., „Performing under pressure“, *Management Today*, Teddington Studios, UK, Teddington, jul 2011.

3. Do not make unfounded statements - can be drawn for the first time, but inaccuracies and untruths will we be compensated at the end.

4. Bring issues back - Is money a problem? What is the timetable? What is our ideal outcome? It may help to clarify our arrangements.

5. Be honest - if we do not know something, we should admit that or ask for more time to respond and move on.

6. Do not panic - breathe slowly and deeply and stand up straight. Talk constantly and when we finish with the presentation of our opinions, just stop.

### **Slow thinking**

Some researchers believe that many decision makers rely too much on a system of rapid thinking.<sup>6</sup> Among other advantages, it saves time in situations with similar patterns. However, errors occur when applied to the complex issues that require more careful consideration, research, and reasoning.

Slow thinking ("Zen") focuses on your own mind to be realized complex causal systems that are not visible to the naked eye or unfocused mind. Quick thinking is adequate for the "beaten track", or in situations that require a "reactive" decision. However, the prudent manager will always think of the alternative outcomes, and he will always predict the plan of action with every decision or outcome, in situations that require a "reactive" decision. Slow thinking is difficult because it occupies the thinker and his cognitive abilities. Slow thinking is not the same as slow acting or not acting in accordance with the facts.

In the selection decision makers have to choose those who know when to switch from the system into a system of fast to slow thinking.<sup>7</sup> In order to eliminate the danger of fast thinking in the wrong time, it is necessary to have an objective observer who can command the situations that require slow thinking. Best quality checks too rapid decision-making may be the organization itself. Organizations are better than people when it comes to avoiding mistakes, because they are much slower in "thinking" and have the power to impose an orderly and standardized procedures.

---

<sup>6</sup> Gladwell Malcolm 2005., *Blink: The Power of Thinking Without Thinking*, New York, Little, Brown and Company.

<sup>7</sup> Kahneman Daniel 2011., *Thinking, Fast and Slow*, New York, Farrar, Straus and Giroux.

## **Conclusion**

General estimates indicate that managers on average spend 70% of their time in communication with their environment, and because of that they are right fully expected to speak well and shape their thoughts, requests, suggestions or orders. Recognizing the importance of the issue, modern companies allow their managers and vendors to educate and thereby improve and develop their skills of public appearances. Estimates also show that 50% of the time we spend in communication, we spend listening. Therefore, it is for managers and other business people extremely important to effectively listen, but this skill is unjustified and inexplicable, completely neglected and left to the personal feel and capabilities of each individual. Experts say that we listen to each other, much weaker and less effective than it does seem to us, and that is often found in situations where we hear each other, but do not listen to each other. Listening is a mental activity that involves conscious effort, attention and concentration.

Today's business world often make risky decisions, possesses the most incomplete or inadequate information, and always under strong pressure to time limitations. The time and the ability to check their assumptions are a luxury that may not exist when must determine the decision or direction. Experience and instinct are often the only option that manager have when making decision should be made. Diversity of thought process is one that results in success, and identify successful leaders in most areas. The maturity of the manager's emotional, intellectual and social terms is of great importance for the quick and correct solutions.

## **Reference:**

1. Alexander Rebeca [2011.], „Performing under pressure“, Management Today, Teddington Studios, UK, Teddington
2. Gladwell Malcolm [2005.], Blink: The Power of Thinking Without Thinking, New York, Little, Brown and Company.
3. Kahneman Daniel [2011.], Thinking, Fast and Slow, New York, Farrar, Straus and Giroux.
4. Kourdi Jeremy [2006.], Think On Your Feet: 10 steps to better decision making and problem solving at work, UK, London, Cyan Books and Marshall Cavendish.
5. Vučenović V., Radosavljević Ž., Marković Aca [2011.], Samo-organizacija, Beograd, FORKUP.
6. Pavlov I. Petrovich [2003.], Conditioned reflexes: an investigation of the physiological activity of cerebral cortex, USA, New York, Dover Publications Inc.

# INNOVATION - THE KEY TO SURVIVAL AND PROSPERITY OF BUSINESS

**mr Nebojša Gijić,  
dr Aleksandra Pušara,  
mr Vasev Biljana**

*Faculty for Education of the Executives, Alfa University, Belgrade, Serbia*

**Abstract:** *An innovation is a personal skill that can be learned, developed through practice, and expanded in organizations. One of the most important factors for encouraging creativity among employees, is a sense of progress in meaningful work. Creating an environment that fosters the development requires a careful effort. All good managers understand the importance of ensuring that each team member feels personally motivated and necessary during the working day, so that their work would not stagnate and suffer.*

**Keywords:** *Innovation, creativity and management.*

## **Introduction**

There are many different understandings of innovation. Innovations consist of the first commercial application of a particular product, so the post-adaptation (the way organizations develop new characteristics in response to environmental changes) by the other company is secondary and less important. The effectiveness of technology is the primary goal of following innovations in the organization. The complexity of the relationship technology - organization causes improvement of the classic model of innovation: invention - innovation. Invention means the original idea and a prototype whereas innovation means commercial implementation and selling the new technical product on the market. Innovation is not only the invention of the discovery of new ideas and products, it includes the conversion of ideas and physical objects into products. Structural differentiation between invention and innovation leads to certain conclusions regarding the organization's policies. In the case of, for example, discovery of penicillin, a scientific breakthrough led to the discovery, market forces were strong enough to translate the invention into innovation, and eventually the government funded the basic research.

Innovation is today's equivalent of the Holy Grail. Rich-country governments see it as a way to prevent stagnation. Governments of poor countries, on the other hand, regard it as a way to speed up development. Business people from all around the world see it as a key to survival. Today,

as global competition increases, it is more important than ever that companies understand how to innovate if they plan to hold an advantage, or existence.

### **Creativity and innovation**

It happens that the words creativity and innovation are used as synonyms, but when it comes to new ideas in business, it does not mean that they imply the same thing. Creativity and innovation are the different stages of the same process. Creativity is the initial production and development of new, useful ideas. Innovation is the successful implementation of creative ideas. In other words, creativity is the "first part" of the process and innovation is the resulting, "the final part."

The key criterium for successful innovation in the organization is the impact on the development of complementarity and the ability to build competitive advantage and market superiority. If a man may think and be the innovator he must be, above all, imaginative creature that will achieve all his goals despite all the obstacles along the way. As is commonly thought, ideas come in full form in a flash of brilliance. Teach people how to be creative, on the other hand, is like to teach them how to be high, which is impossible.

Peter J. Dining and Robert P. Dunham define innovation as art, getting people to adopt change. Innovation is not just an invention, policy or process for management. Innovation is a personal skill that can be learned, developed through practice, and expanded in organizations.

The ways in which companies can promote creativity are: 1. Prize competitions, even those that do not provide monetary prizes, 2 By setting clear objectives and removing obstacles, managers can help freeing the creative impulses of the workers, 3 Placement of workers in the right work environment can be a critical factor in the motivation to better results, 4. If properly cultivated, the working communities can be an important source for product improvement and innovation, 5 People with multicultural relationships are more likely to come up with ideas that are more original.

Can the innovation be learned?

Fourteen years ago Professor Christensen, the Harvard Business School, made a revolution in the subject study with a book "Innovators' Dilemma" in which he popularized the term "disruptive innovation". In his latest work, five mental habits that characterize the "disruptive" innovators are: meeting, testing, monitoring, networking and experimentation. Innovators tend to connect the seemingly unconnectable things, and are inveterate experimenters who strive to develop their products and business models.

Companies that have the highest premiums for innovators (calculated proportionately on the basis of their market value that can not be calculated

for their latest products) show the same five mental habits that exist for individual inventors. They work equally hard to stimulate observation and testing. For example, "Keyence" Corporation, a Japanese manufacturer of devices for factory automation, requires from its dealers to spend hours watching the way the customers buy products.

Almost all the world's most innovative companies that are led by geniuses who have set themselves unattainable goals such as "get to the universe" (the late Steve Jobs). Kristensen (statistically accurately) says that the chances are about 35% that the half of the people who have lived abroad get a new idea. For example, Joy Morton, co-founder of XANGO, got the idea for a new health drink when he tried mango fruit in Malaysia. At IDEO (innovation consultancy) argue that the best innovators are "T-shaped" - they have to have depth in one area and width in the second.

Innovators are constantly wondering why things do not work otherwise. For example, David Nelman, founder of JutBlue and Azul, wondered why people treated flight tickets as cash, they are nervous when they lose them, and customers may get an electronic code instead? This preference for question is connected with a talent for observation. While working in Brazil, Kori Vride had the idea of Movie Mouth, a company that uses popular movies to learn foreign languages. He noticed that people who speak the best English had picked it up from mostly from the movie stars, not from the teachers in schools. People without a sense of language noted that the actors spoke too quickly. Therefore Vride devised a computer program that allows users to slow the film, hear the explanations of various idioms, and even tell what actors have to say.

### **User innovation**

The traditional paradigm of entrepreneurship goes something like this: someone has an idea, he patents the idea so that no one else could steal it, and then throws himself in persuading investors to implement these ideas into reality. Over the past few centuries, the "production model" of innovation has provided a wide range of valuable products, from cancer treatments to aircraft. But, besides this, Professor Carlis F. Baldwin argues that there is a less known model of the invention which is meant to take precedence in this century: innovation by the users themselves.

The researchers have recorded the springing of user innovations from the monks' time. Although not new, they are especially important lately because the latest technology lowers the costs of design and communication. After all, who should know better to improve a product or fill a need than a person who will have the ultimate advantage? In one work, for example, Baldwin studied sport called rodeo kayaking, where enthusiasts use

specialized vessels to form an insane stunts. Traditional kayakers began to reshape their equipment offhand, and, finally, began to manufacture kayaks for others. Reputable manufacturers of kayaks noticed the trend and started selling their own variations.

In order to become a successful candidate for customer innovation, there must be a community that observes the need, and production costs must be low enough so that people can afford them. Communication costs must be low enough so that different users could collaborate in an effective manner. Here is when the Internet steps into the spot light. Since the network lowers the costs of both information (and thus the development) and communications, it is inevitable that we will be witnessing a growing number of "open source" innovations in the future. This does not have to mean that reputable companies have to worry about how they will become redundant in an environment of the new do-it-yourself world. Some fields that require high levels of mass production and are the subject to complex regulations will always support producer innovation.

Apple, for example, firmly controls the software that runs their i-phone and technology through which users buy new applications. They allow users the opportunity to develop their own applications and earn on it, but Apple holds the final say on what will be sold on their platforms. Apple's controlled approach is comparable to Google, which runs its Android by the open source code software, allowing users to tune their applications at will with little restrictions. On the other hand, Google strictly controls its search technology that is the core of their advertising profits. Similarly, Facebook uses open source code to run their site. Lately they have disclosed their plans of database but they strictly keep confidential information about their users, by which they can target advertising. For the future it is anticipated that companies will use a number of iterations to combine manufacturing and user-generated elements into their business strategies in an effort to achieve the right balance.

### **Conclusion**

Innovators are constantly wondering why something was not done differently. The study is associated with a talent for observation. At every level - from an individual, companies to the economy as a whole - creativity is something that can be created and nurtured if there is the right direction and encouragement. Innovators are great when it comes to networking because they attend various gatherings in order to get an idea, not to sign a contract. Innovators are also great in experimentation with their products and business models.

Innovations may appear as a result of successful technological change of a new scientific knowledge. This "technological breakthrough" is extended by the organizations of mass production and research and design departments which develop new products and process and they are considered a key source of innovation. However, there is an understanding that innovations rather belong to the manner in which the market creates a demand for new products and processes than to the wisdom the inventor, their organization and management and application of science in technology.

Innovations consist of a technological knowledge of how to produce efficiently. The integration of different functions in the enterprise and improving skills, that lead to improvements, is very important. It is important that there is a culture of innovation in the company. The setting up of creative workers in the right environment is also of great importance, which may be a decisive point in their motivation. All good managers understand the importance of ensuring that each team member feels personally motivated and necessary during the working day so that their work would not stagnate and suffer.

The process of innovation and product improvement are vital factors for survival of enterprises engaged in sales with respect to service organizations. The combination of innovation and discovery with the need creates an opportunity for a new product. Pure innovation can not result in a product in a given time.

Creativity does not always include inventing something totally new - most often it means connecting the ideas to create something different. If a company has a multicultural social network, there is a higher likelihood of coming up with ideas that are different. Finally, customers are those who judge - that phenomenon makes us all richer in terms of entire capacity of the human society for innovation.

#### **References:**

1. Amabile Teresa, Kramer Steven 2011., The Progress Principle: Using Small Wins to Ignite Joy, Engagement, and Creativity at Work, USA, Boston, Harvard Business Review Press.
2. Blanding Michael, „Getting to Eureka! How Companies Can Promote Creativity“, Harvard Business School Working Knowledge, 22.8.2011., Boston, [Harvard Business School Publishing](#).
3. Denning J. Peter, Dunham P. Robert 2010, [The Innovator's Way: Essential Practices for Successful Innovation](#), USA, Cambridge, The MIT Press.
4. Dyer Jeff, Gregersen Hal, Christensen M. Clayton 2011., The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators, USA, Boston, Harvard Business Review Press.

5. Levi-Jakšić M. 2004., Upravljanje tehnološkim inovacijama, Beograd, Čigoja štampa.
6. Radosavljević Života 2008., Menadžment znanja i (li) znanje u menadžmentu, Beograd, FORKUP.
7. Schumpeter “Think different”, The Economist, Aug 6th 2011., USA, New York, The Economist Group.

## **ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ НА ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ**

**Давыденко Т.А., доц.**

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

Из классики экономической мысли нам известно, что существует пять технологических укладов. Первый, начавшийся в конце XVIII века, связан с использованием энергии воды в текстильной промышленности Англии. В середине XIX века с изобретением и массовым внедрением парового двигателя появляется второй технологический уклад. Переход к третьему технологическому укладу в конце XIX века базировался на использовании в промышленности электрической энергии. Четвертый стартовал с середины 1930-х с расширения использования нефти и нефтепродуктов. Пятый технологический уклад, в котором мы сегодня живем, связан с достижениями в области микроэлектроники. Сегодня весь мир стоит на пороге шестого технологического уклада. И большинство исследователей считает, что он будет обеспечен переходом на инновационный путь развития.

Анализ современных тенденций развития экономики ведущих западных стран говорит о том, что инновационная экономика - это экономика общества, основанная на знаниях, инновациях, на доброжелательном восприятии новых идей, новых машин, систем и технологий, на готовности их практической реализации в различных сферах человеческой деятельности. Она выделяет особую роль знаний и инноваций, прежде всего, знаний научных. В инновационной экономике под влиянием научных и технологических знаний традиционные сферы материального производства трансформируются и радикально меняют свою технологическую основу, ибо производство, не опирающееся на новые знания и инновации, в инновационной экономике оказывается нежизнеспособным.

В решении задач выхода страны из кризиса, обеспечения динамически устойчивого развития экономики первостепенная роль принадлежит инновациям, инновационной деятельности, способным обеспечить непрерывное обновление технической и технологической базы производства, освоение и выпуск новой конкурентоспособной продукции, эффективное проникновение на мировые рынки товаров и услуг. Это требует реформирования всех сфер общественной жизни, и, прежде всего, экономики.

В России инновационная экономика - четко обозначенный приоритет государственного развития. Он поддержан вполне конкретным набором мер. В частности, создана президентская комиссия по модернизации и технологическому развитию экономики, Правительственная комиссия по высоким технологиям и инновациям. В связи с решениями этих органов приняты первые серьезные законодательные меры, направленные на стимулирование инновационных процессов. Так, на основе федерального закона № 217 на сегодняшний день при российских вузах создано уже более 400 малых инновационных предприятий. Создаются инновационные программы на предприятиях с государственным участием. Серьезный импульс дан и крупному частному бизнесу. Принято решение, по которому заявки на крупные инновационные проекты с целевым объемом продаж в 2015 году не менее 15 млрд. руб. будут поддерживаться государством. На сегодняшний день имеется уже более 40 таких проектов. [2] Государством выделяются огромные суммы на финансирование, в том числе:

- федеральных инновационных проектов (за счет федерального бюджета и средств Инвестфонда) - 170 млрд руб.;
- «инновационных» госкорпораций - 130 млрд руб.;
- фундаментальной науки - 90 млрд руб.;
- региональных инновационных программ - 80 млрд руб.;
- инновационных образовательных программ (40 ВУЗов) - 40 млрд руб.

[1]

Для России переход на инновационный путь развития имеет ключевое значение, однако действует целый ряд факторов, существенно осложняющих этот процесс. Многих политиков, ученых, и просто неравнодушных россиян волнует вопрос, возможно ли это в принципе сделать в нашей стране, с ее коррупцией, бюрократией, очень далекими от совершенства системами налогообложения, образования, здравоохранения, технологической отсталостью, низкими доходами, некачественным человеческим капиталом? И это далеко не полный перечень обстоятельств, тормозящих все без исключения мероприятия, направленные на модернизацию экономики. Остановимся на некоторых из этих дестабилизирующих факторах подробнее.

На практике переход к новой парадигме и стратегии развития потребует значительного увеличения инвестиций (в процентах от ВВП) в культуру, воспитание, образование, здравоохранение, науку, экологию и безопасность населения. Вряд ли это произойдет, учитывая какие гигантские средства расходуются на мегопроекты типа олимпиад или,

например, мирового Чемпионата по футболу. Смета расходов которого (по данным Минспорттуризма) составила 632,4 млрд. рублей. [4] Это примерно 45 годовых бюджетов города с более чем миллионным населением. Только на эти деньги можно было бы почти полностью обустроить половину столиц регионов и все крупнейшие города.

Что касается инвестиций в образование, то их доля в ВВП падает, а инвестиции в другие составляющие человеческого капитала топчутся на месте. Так, по данным Росстата, доля ВВП в образование в 2010 году составила 3,1%, снизившись за год на 1,9%. [3] Это в 1,5-2 раза ниже, чем в развитых странах. Не балуют власти и здравоохранение - 3,7% ВВП (в США - 15,3%, в среднем в мире - 8,7%).[3] С такими позициями России вряд ли можно рассчитывать на победу в борьбе с другими странами за инновационные преимущества.

Инновационное развитие подразумевает, в первую очередь, реализацию различного рода конкретных проектов. Для успеха любого инновационного проекта нужны три обязательные составляющие, а именно: идея, деньги и люди. С идеями в России никогда проблем не было. Деньги тоже появились, более того, у вновь созданных государственных и полугосударственных венчурных фондов возникают вопросы "куда именно вложить средства?". А вот с третьей составляющей в России большие проблемы. И связаны они с подготовкой кадров.

Обсуждая подготовку кадров, важно упомянуть такое понятие, как образовательные результаты подготовки. Часто упоминается термин "пакет знаний", однако мы давно не оперируем таким понятием. Сейчас, обсуждая подготовку специалистов, принято говорить о "компетенциях", то есть не только о знаниях, но также и об умениях и, что самое важное, о навыках. Инновационной экономике необходимо соответствующее кадровое обеспечение. Нужны не только исследователи, но и высококвалифицированные инженеры, рабочие, профессиональные инновационные менеджеры. Пока же результатом реформирования нашего образования, его всеобщей коммерциализации и пресловутой «ЕГЭизации» стало резкое ухудшение качества подготовки специалистов. Лишь незначительная доля выпускников наших вузов способна самостоятельно управлять большими проектами, обосновывать серьезные инвестиционные решения, брать на себя всю полноту ответственности за результат, то есть за успешное достижение поставленных целей, за выполнение проекта, который ему, как менеджеру, передан в управление.

Финансируемые государством образовательные программы не востребованы российской экономикой, выпускники естественно-научных и инженерных институтов и факультетов не работают по специальности, так как структура экономики страны ориентирована не на конечный продукт, а на добычу сырья. Низкий спрос российского рынка труда на отечественное образование ярче всего отражается в количественных оценках так называемой рентабельности инвестиций в человеческий капитал. В отличие от развитых стран, где каждый дополнительный год образования при прочих равных характеристиках приводит к увеличению заработной платы на 10%, в России он вдвое меньше.

Что касается самого человеческого капитала, то его оценочная стоимость на душу населения России к 2011 году составила всего лишь 14,5 тыс. долларов. Это в 87 раз меньше американского национального человеческого капитала на душу населения, в 39 раз меньше немецкого, в 42 раза - японского, в 1,3 раза - китайского. [6] Поэтому модернизацию России и необходимо начинать с модернизации национального человеческого капитала. Иначе «строить» инновационную экономику будет просто некому.

Неэффективная структура экономики мешает России достойно переживать и циклические колебания. Так, российский кризис по глубине падения ВВП (+5,2% - в 2008; -7,8% - в 2009; +4% - в 2010 году) был самым глубоким среди крупных и средних стран мира. И это следствие сырьевого характера экономики, низкой конкурентоспособности обрабатывающей промышленности с высокой добавочной стоимостью и низкой ее доли в экспорте - главном кормильце страны. Для сравнения: экономика Китая и не заметила мирового кризиса (рост ВВП 9,6% - в 2008; 9,2 - в 2009; 10,3% - в 2010 году). Китай гораздо профессиональней и эффективней России строит и реализует свою экономическую политику, как в своих планах, так и на практике.

Отрицательно сказываются на темпах и масштабах развития инновационной экономики в России высокие налоги. По данным Минфина, налоговое бремя на экономику России составляет 36-38%. [3] Для сравнения: в Мексике 17,5%, в Китае - 17,6%, в США - 24%. К тому же, к налоговому бремени для России надо еще добавить 10-15% поборов со стороны чиновников, силовиков и криминала. Во всех развивающихся странах с догоняющими экономикami налоговое бремя ниже, чем в России. Безусловно, несовершенство налоговой системы отражается и на размерах внутренних инвестиций, и на инновационной

активности предприятий, и на масштабах теневой экономики. По данным Генпрокуратуры объем теневой экономики в России составляет примерно 50%, треть российских зарплат выплачивается нелегально, объем коррупционных отношений составляет более 300 млрд. долл. (практически второй федеральный бюджет страны).

Вместе с тем, из мирового опыта известно, что развивающиеся страны выходят на стабильный рост ВВП порядка 7-10% только при уменьшении налогового бремени ниже 20% ВВП и норме накопления инвестиций 35-40% ВВП. [1] Иначе иностранные инвестиции уходят в страны с меньшими налогами и меньшими рисками. И это - опыт Японии, Южной Кореи, Сингапура, Тайваня, Китая.

Россия в недавно вышедшем Рейтинге прогресса компании ФБК заняла 97-е место из 101 страны. [5] Индекс рассчитывался по семи ведущим мировым индексам. Наихудшие позиции России - по индексу качества жизни, индексу восприятия коррупции и индексу условий ведения бизнеса. Этот рейтинг отражает реальное состояние нашей экономики, выбравшей путь инновационного развития.

Итак, какой же следует вывод? Российская экономика восприимчива к инновациям, но существуют несколько факторов, затрудняющих процесс инновационного развития. Это кадровый голод, сырьевая структура экономики, неблагоприятный деловой климат, сопротивление элит, отсутствующие или неработающие институты развития, неразвитая инфраструктура, имидж России на Западе, низкая конкурентоспособность страны на мировом рынке, коррупция, деградация национального человеческого капитала - главного фактора развития современного общества и экономики, и не отвечающее потребностям инновационной экономики законодательство.

Для этого необходимы: декриминализация экономики и всех сфер жизнедеятельности; реформирование государственных институтов; повышение качества и эффективности российского национального человеческого капитала и всех его составляющих; модернизация инфраструктуры и обустройство страны и регионов; модернизация и развитие индустриальной экономики с опережающим ростом ее инновационного сектора; создание эффективной инновационной системы.

Пока же запланированные в Стратегии инновационного развития до 2020 года достижения (через десять лет страна сможет претендовать на 10% мирового рынка интеллектуальных услуг, а доля инновационного сектора в ВВП вырастет до 20%) эксперты оценивают скептически и прогнозируют России лишь инерционное развитие. [6]

### Список литературы:

1. *Данилкин, И.* На краю прорыва / И. Данилкин // Бизнес-журнал. - 2008. - №14.
2. <http://www.vedomosti.ru>
3. <http://www.gsk.ru>
4. <http://www.nws24.ru>
5. <http://www.rb.ru>
6. <http://www.rbcdaily.ru>

## О СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Давыдова Т.Е., канд. экон. наук, доц.  
*Воронежский государственный  
архитектурно-строительный университет*

Совершенствование системы образования, приведение уровня ее развития в соответствие с мировыми стандартами – одна из приоритетных задач, обозначенных руководством нашей страны на ближайшие годы. Это совершенно справедливо, так как образование по сути является базой всестороннего потенциального развития государства, осуществляемого гражданами, научившимися мыслить и получившими знания в рамках рассматриваемой нами системы. Мы согласны с тем, что студентам следует прежде всего давать отчетливое представление не только о научных знаниях, но и методологии их получения и применения с целью привить им способность к непрерывному самообразованию и профессиональному росту в условиях системной трансформации общества, в том числе социально ориентированного.

В теории социального рыночного хозяйства, на формирование которого ориентировано современное российское государство, равенство стартовых возможностей предоставляется каждому члену общества в молодом возрасте - в начале трудовой деятельности. Государством обеспечиваются условия, призванные содействовать развитию способностей человека, их реализации в той мере, в которой этого желает сам человек. В дальнейшем степень личного успеха зависит только от уровня развития способностей и усилий, затраченных на их реализацию. Члены общества, определяющие свои знания и умения с использованием категорий «желание», «готовность», «стремление», обладающие должной степенью личной ответственности, будут стараться, имея необходимый минимум, получить желанный максимум в достижении поставленных целей, определяемых личными интересами. В результате социальное общественное развитие будет обеспечивать усиление социальной ориентации развития экономического на благо людей.

Можно сделать вывод, что социальная рыночная система по своей сути исключительно благоприятна для активной молодежи, причем выгода в данном случае взаимная. С этой точки зрения полагаем целесообразным говорить не только о социально ориентированной

экономике, базирующейся на знаниях, но и о социально ориентированном образовании. В частности, обозначим направления данного исследования с учетом политики социально-экономического развития государства как, во-первых, «социальное государство – социально ориентированному образованию» и, во-вторых, «социально ориентированное образование – социальному государству». На основе выбранных направлений постараемся рассмотреть две базовых группы проблем формирования социально ориентированной системы высшего профессионального образования, существующих в современных условиях в нашей стране. Начнем с первого направления.

В числе структурных аспектов совершенствовании системы образования с позиции ее поддержки можно выделить следующие позиции:

- ♦ поддержку, направленную непосредственно на совершенствование будущих специалистов – студентов, с точки зрения накопления и совершенствования их общего человеческого капитала, как интеллектуального, так и физического, социального;

- ♦ поддержку, направленную на совершенствование условий передачи знаний и умений, то есть на развитие образовательной инфраструктуры;

- ♦ поддержку, направленную на совершенствование передаваемых студентам знаний и умений.

При этом поддержка с учетом многообразного существующего зарубежного опыта и опыта отдельных вузов России предполагает активные действия как со стороны государства, так и со стороны представителей бизнес-структур. Следует отметить, что с начала XXI века в научный обиход прочно вошло понятие «экономика знаний». По мнению В.Л. Макарова сегодня именно производство знаний служит основным источником роста экономики в развитых странах. О темпах развития этой тенденции говорит хотя бы то, что 90% ученых и инженеров, работавших за всю историю развития человечества, - наши современники, а среди всего объема знаний 90% созданы за последние три десятилетия. В Китае экономика знаний официально признана государственной стратегией. В крупнейших университетах мира год от года растет число китайских студентов, в стране создается государственная система освоения научных и технологических новшеств — естественная основа экономики знаний. Главной своей задачей государство провозгласило организацию спроса на знания. Решение этой задачи возможно лишь при тесном взаимодействии государства, корпоративного сектора и системы образования. Так, по

данным мониторинга экономики образования Высшей школы экономики основным ограничением найма выпускников являются невысокие оценки, даваемые работодателями их профессиональной подготовке - для вузов с 2005 по 2010 год средний балл составил 3,6 и существенно не менялся. Наряду с этим по тем же данным за аналогичный период доля предприятий, практикующих конкурсы студенческих работ и поощрение лучших студентов, изменилась с 3 до 1%, организовавших студенческие стажировки и практики – с 39 до 22%, участвующих в финансировании, организации учебных лабораторий и кабинетов – с 7 до 1%. Преференции со стороны государства для предприятий, принимающих активное участие в совершенствовании системы образования, в данном случае можно рассматривать в качестве действенных стимулов расширения форм их сотрудничества с образовательными учреждениями и усиления этого сотрудничества.

Имея уникальную возможность получить высококвалифицированного специалиста, обладающего широким спектром глубоких знаний, государство должно с большой тщательностью подходить к «информационному наполнению» будущего специалиста – обеспечивать передачу компетенций, действительно полезных и необходимых и человеку, и социально ориентированному обществу в целом. В современных условиях это особенно важно, так как наше образование – прежде всего высшее - постепенно и, к сожалению, неуклонно, «обезличивается», делая то же со студентами. Переход к двухуровневой системе предполагает подготовку бакалавров и магистров. Сокращение года обучения для бакалавров по сравнению с магистрами возможно лишь за счет уменьшения объема получаемых «непрофильных» знаний, в группу которых попадают и социально-экономические знания (речь в первую очередь идет о неэкономических специальностях). При обретении студентами соответствующих компетенций на недостаточном уровне государство не получит полноценных граждан, готовых и способных занять активную жизненную позицию в условиях достаточно жесткой российской рыночной экономики и заботиться не только о себе лично, но и о благополучии нашего общества в целом. В связи с этим проблему неполучения именно социально-экономических компетенций студентами мы предлагаем отнести в разряд исключительно важных, так как подобные компетенции являются в наибольшей степени социально ориентированными.

Суть в том, что современная социально ориентированная система образования должна быть настроена не только на формирование и развитие человеческого капитала, но и на совершенствование человеческого потенциала. Современная развитая экономика - экономика знаний - ориентирована на реализацию человеческого потенциала, прежде всего интеллектуального. Знание следует рассматривать как функцию человеческого капитала. Носителей потребности в знаниях можно считать потенциальным человеческим капиталом экономики знаний. Человеческий капитал – имеющийся у каждого запас знаний, навыков и мотиваций. Применительно к студентам высших учебных заведений их человеческий капитал и потенциал отличаются от человеческого капитала и потенциала вообще прежде всего осознанной способностью и стремлением к восприятию и реализации знаний, а также набором знаний и навыков, полученных в процессе обучения, но не трудовой деятельности, что означает, что в составе молодежного капитала отсутствует специфическая компонента. При сохраняющейся сегодня тенденции осознанного получения знаний ради самих знаний в противовес образованию ради карьеры, ради образования, ради статуса человеческий капитал вуза, представленный студентами, особенно актуален. Такой капитал формируется, развивается при наличии эффективного соответствующего потенциала, а возможность, потребность, желание развивать, пополнять, совершенствовать и реализовывать имеющийся молодежный капитал в наибольшей степени свойственна именно студентам высших учебных заведений.

Далее, считаем необходимым заострить внимание на следующем. Качественные знания передаются в полной мере и наилучшим образом высококвалифицированными, знающими педагогами. В современных условиях обязательным условием конкурентоспособности педагогической деятельности является непрерывное совершенствование уровня знаний самого педагога. В экономически развитых странах со значительной долей интеллектуального капитала как экономического ресурса преподаватель неконкурентоспособен, если не проводит научные исследования, не совершенствует непрерывно свои знания, не расширяет их. Кроме этого, преподаватель должен передавать соответствующие социально ориентированные компетенции и студентам – в их числе умение, желание и способность человека реализовывать свой интеллектуальный капитал, умение, желание и способность получать прибыль от его реализации. В данном случае возникают две проблемы: с одной стороны, существующая система

высшего образования не дает соответствующих компетенций в обязательном порядке, с другой – поддержка научных исследователей в нашей стране наряду с несомненным улучшением в последние годы все же недостаточна по сравнению с зарубежными странами.

Второе направление исследования предполагает оценку проблем в ракурсе «социально ориентированное образование – социальному государству». Рассмотрим отдельные из них.

Ориентация будущего специалиста на узкую профессиональную деятельность имеет свои плюсы, но имеет и значительные минусы. Если преподаватель читает лекции, проводит практические занятия и предъявляет стандартные требования к уровню усвоения буквально «разжеванного» материала, хорошим специалистом в условиях рынка студент не сможет стать. Сегодня совершенно недостаточно просто знать - нужно хотеть знать, нужно уметь получать знания, расширять и обновлять их. В образовательных компетенциях это в общем виде отражено, но далеко не всегда принимается преподавателями с должным вниманием. Студента не нужно опекать – ему нужно предоставить возможность получить знания.

Отсюда вытекает вторая, не менее значимая проблема, связанная с необходимостью получения высшего образования подавляющим большинством молодых людей. Конкуренентоспособность высшего образования зависит от того, кого эта система выпускает, а это, в свою очередь, определяется тем, кого она принимает. В современных условиях система находится в исключительно сложном положении – демографический спад 90-х годов привел к резкому сокращению количества выпускников школ и, соответственно, количества потенциальных абитуриентов. При этом мы понимаем, что не все выпускники изначально должны получить высшее образование – для этого должны иметься соответствующие данные. Если этих данных нет, а человек приходит в вуз, позитивный результат не достигается. Причиной этому является комплекс проблем, среди которых высокие требования современного бизнеса, снижение престижа среднего специального и профессионального образования, снижение уровня требований к абитуриентам ряда высших учебных заведений. Полагаем, социально ориентированные компетенции должны разрешить и эти противоречия. Адекватное восприятие указанных проблем и нормальное к ним отношение позволит будущим специалистам изменить существующую в России ситуацию и повысить социальную ориентацию высшего образования.

Система образования должна непрерывно развиваться, совершенствуясь и совершенствуя социально ориентированное общество. Положительное развитие обеспечивает человек знающий, динамичный, адаптивный, социально ориентированный. Создание такого человека – и цель, и результат деятельности современной системы образования, и двигатель собственного ее развития.

## **О НАПРАВЛЕНИЯХ СОВРЕМЕННОГО СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Давыдова Т.Е., канд. экон. наук, доц.,**

**Данько С.В., студент**

*Воронежский государственный  
архитектурно-строительный университет*

Социально-экономическое развитие государства во многом определяется социально-экономическим развитием его территориальных образований. Это обстоятельство связано, в первую очередь, с уникальностью субъектов государства, их историей, состоянием, потенциалом и возможностями, направлениями его реализации. Среди субъектов Российской Федерации Воронежская область занимает отдельное место, обладая неповторимыми природными ресурсами, серьезной производственной инфраструктурой и, главное, готовностью к дальнейшему самосовершенствованию.

По оценкам специалистов, в современных условиях Воронежская область имеет все предпосылки для обеспечения перспективного роста ее экономики и качественного развития социальной сферы. В рамках данной работы мы считаем целесообразным дать характеристику основным направлениям социально-экономического развития Воронежской области и их особенностям в современных условиях.

Воронежская область по территории является крупнейшей в Центрально-Черноземном экономическом районе, однако, по величине ВРП и темпам промышленного производства уступает ряду регионов Российской Федерации и Белгородской области в ЦЧР. В связи с этим одним из основных положений Стратегии развития Воронежской области была обозначена необходимость среднегодового роста экономики в размере 12,7% для выхода на новый уровень развития и достижения 15 места в списке регионов-лидеров. Решение же этой задачи вследствие ограниченности потенциала отдельных отраслей аналитики и законодатели области видят в подъеме промышленности, обеспечиваемом активным привлечением капитала со стороны существующих предприятий, с одной стороны, и на развитие малого бизнеса как возможности инвестирования в будущем, с другой. Соответственно, экономика области как части Федерации должна носить инновационный характер (согласно основным положениям Концепции долгосрочного социально-экономического развития

Российской Федерации на период до 2020 года), что предполагает открытие качественно новых производств, создание инновационного предпринимательства, поддержку науки. Приоритетным направлением реализации стратегии модернизации области, полагаем, может быть названо развитие человеческого капитала, в итоге определяющее возможность решения обозначенных задач.

В связи с этим отметим, что поддержка молодежных инициатив в области – важный этап в достижении поставленных целей. Причем меры поддержки касаются не только образовательного сектора, но и развития молодежного бизнеса. Так, в области реализуются федеральные программы в рамках приоритетного национального проекта «Образование», направленного на выявление и стимулирование талантливой молодежи, при этом существует и множество областных мер поддержки. Примером может служить долгосрочная областная целевая программа «Развитие образования Воронежской области на 2011-2015 годы», направленная на совершенствование уровней системы образования, улучшение качества образовательных услуг, информатизацию и выявление и поддержку одаренных детей. Стратегической целью региональной политики в сфере образования и науки, согласно программе, является обеспечение всестороннего развития и самореализации гражданина за счет создания единого развивающего образовательного пространства, обеспечивающего повышение доступности качественного образования, отвечающего текущим и перспективным потребностям региона. Итогами реализации аналогичной программы в 2006-2010 гг. явились эффективное внедрение различных мер по повышению пожарной безопасности в образовательных учреждениях (реализовано мероприятие «Безопасность образовательного учреждения»), решение транспортной проблемы посредством программы «Школьный автобус», значительное сокращение удельного веса безработных выпускников (с 10,5 в 2006 году до 2,7 в 2010-м), увеличение финансирования мероприятий, направленных на удовлетворение потребностей базовых сельских школ в специалистах с высшим профессиональным образованием более чем в 4 раза (в сравнении уровня 2006-го к 2010 году), а также трехкратное увеличение объема софинансирования мероприятий, направленных на развитие творческих и интеллектуальных способностей студентов и учащихся, становление их мировоззрения и формирование ценностных ориентаций. Стоит отметить следующее: в рейтинге субъектов Российской Федерации, составленном по результатам социального опроса, целью которого было изучение удовлетворенности населения

качеством общего образования в 2010 году, область занимает 33 место из 83 с динамикой показателя 5,7% (с 61,4% в 2009 до 67,1% в 2010 г.), тогда как для ЦФО в целом характерна отрицательная динамика в 1,6%; в среднем по России соответствующий показатель равен 0,6. Важно подчеркнуть, что в рамках национальной образовательной инициативы «Наша новая школа» в Воронежской области началась реализация проекта по функционированию образовательного учреждения с круглосуточным пребыванием Школа - интернат «Лицей одаренных детей». Второй проект - конкурс «Губернаторский резерв» - направлен на создание необходимых условий для поддержки одаренных детей, привлечение молодежи к управленческой и организаторской деятельности, формирование и развитие системы молодежного резерва кадров. Объем финансирования этих программ составил более полутора миллионов рублей в 2010 году.

В сфере высшего образования идея создания на базе Воронежского государственного университета Центрально-Европейского федерального университета обсуждалась еще в 2008 году, тогда был подготовлен и опубликован «Проект Федерального университета Центрального Черноземья». Активное сотрудничество с российскими и зарубежными предприятиями явилось одним из обязательных условий в концепции развития будущего главного вуза ЦФО, поэтому важно, что ВГУ поддерживает интеграционные связи с такими компаниями, как ОАО «Новолипецкий металлургический комбинат», ОАО «Минудобрение», ОАО «Концерн «Созвездие», ОАО «Эфко», Microsoft, Siemens и т.д., способствуя развитию взаимодействия государства, системы образования и корпоративного сектора.

Деятельность в сфере молодежной политики также регламентируется законом №32-ОЗ «О государственной молодежной политике в Воронежской области». Например, так как регион во многом считается аграрным, правительством области активно осуществляется поддержка молодых специалистов, занятых в сельском хозяйстве. Эта отрасль остается одной из наиболее перспективных для Воронежской области, и для успешного выполнения такой важной задачи, как развитие малого бизнеса на селе, существуют собственные программы поддержки и интересные банковские предложения. В сфере сельскохозяйственной промышленности область сотрудничает с немецкой компанией Toennies Fleisch, которая до 2015 года планирует открыть несколько свиноводческих комплексов и биогазовых станций по переработке отходов этого производства. Кроме этого, голландская компания Nutreco International строит в Воронежской области завод по

производству кормовых добавок для животных.

Далее, для развития международного сотрудничества и выхода на более высокий социально-экономический уровень развития, Воронежской области необходимо создать комфортные условия для активного размещения иностранного капитала, в частности, современную инфраструктуру с передовыми гостиницами и бизнес-центрами. Отметим, что Воронеж имеет ряд договоренностей с Венгрией по вопросам жилищно-коммунального хозяйства и, в частности, очистки сточных вод. Более полугода назад открылся завод «Siemens Высоковольтные аппараты» - инвестиции в этот проект составили почти 5 млн. евро. Следующим шагом после открытия завода по производству выключателей в Воронеже запланирован запуск завода по производству силовых и тяговых трансформаторов и комплектных распределительных устройств (КРУЭ). «Это позволит нам еще эффективнее работать с российскими партнерами и создать сеть локальных поставщиков, способных работать по высоким стандартам качества», — говорят в Siemens. Алексей Гордеев, присутствовавший на открытии завода Siemens, в свою очередь, отметил: «Нам принципиально важно, что в Воронеже создана первая производственная площадка всемирно известной компании Siemens. Воронеж имел контакты с Siemens еще 110 лет назад, и теперь мы восстанавливаем это сотрудничество». В конце февраля 2012 компания «Сименс Трансформаторы» построила с нуля новый трансформаторный завод.

Компания Pirelli намерена вложить в модернизацию воронежского шинного завода 100 миллионов евро и существенно расширить производство, сообщил генеральный директор российского представительства Pirelli Андреа Пирондини. В соответствии с планом к 2013 году предприятие в Воронеже должно выйти на этап получения прибыли. Объем производства составит 2 миллиона шин в 2012 году и увеличится до 4 миллионов шин в год к 2014 году. Эти сотрудничества способствуют развитию экономики региона и инвестиционной привлекательности.

Наконец, при рассмотрении темы нашей статьи мы не смогли обойти вопрос о разработке никелевых месторождений, расположенных на территории Воронежской области. Как выяснилось, наша область занимает третье место в России по залежам никеля после Норильска и Кольского полуострова. Эти месторождения названы последними из крупных в Европе, на право их разработки объявлен конкурс. Главными критериями для выявления победителя являются «научно-технический

уровень программы использования участка, экономическая эффективность проекта его освоения, вклад в социально-экономическое развитие территории, эффективность мероприятий по охране недр и окружающей среды, а также учет интересов национальной безопасности РФ». Мы согласны, что реализация проекта освоения месторождений позволит увеличить налоговые поступления в бюджет области, увеличить уровень занятости, освоить новые технологии. Однако, имеет место и обсуждение проблемы экологического загрязнения: по наиболее пессимистичным прогнозам разработка никелевой руды может привести к экологической катастрофе в области. Соответственно, считаем целесообразным введение критерия инновационного подхода к разработкам для обеспечения наименьшей возможной опасности загрязнения плодородных почв, воздуха и гидросферы для участников конкурса. При этом добавим, что данный фактор также может способствовать увеличению числа высокотехнологичных рабочих мест, ориентированных на выпускников воронежских вузов (например, бакалавров и магистров, окончивших ВГУ по направлению «Экология и природопользование», выпускников Воронежского ГАСУ специальности «Управление качеством»).

Итак, мы рассмотрели наиболее значимые, на наш взгляд, направления современного социально-экономического развития Воронежской области. Анализ возможности такого развития позволяет утверждать, что ориентация на деятельность в указанных направлениях и учет особенностей развития при продуманной реализации намеченных мер поможет области занять одно из лидирующих положений в ЦФО, создаст комфортные условия для дальнейшего размещения как российских, так и зарубежных инвестиций в передовых и наукоемких отраслях, способствуя качественному развитию экономики нашего государства.

#### **Список литературы:**

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года / Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 г. № 1662-р.

2. Стратегия социально-экономического развития Воронежской области на период до 2020 года / Закон Воронежской области от 23.12.2011 г. № 207-ОЗ «О внесении изменений в Закон Воронежской области «О Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на долгосрочную перспективу»
3. Воронежский водоканал посетила делегация из Венгрии/«Коммуна - Информационный портал Центрального Черноземья» от 5.3.2012 г.
4. *Ендовицкий, Д.* ЦЕФУ нужна ваша поддержка.../ Агентство бизнес-информации ABIREG.RU, 1.07.2011 г.
5. *Старикова, М.* Воронежский никель добудут через конкурс / Коммерсантъ (Воронеж), №21 от 07.02.2012 г.

## **«АВРОРА-ПАРК», КАК «ФУНДАМЕНТ» РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Дегальцева И.С., аспирант**

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

Сегодня, очевидно, что успешное будущее страны и отдельных ее регионов заключается в переходе от индустриальной экономики к современной – интеллектуальной. Вместе с тем, в различных кругах российского общества, на наш взгляд, имеется определенное недопонимание сущности данного типа экономики.

Что же собой представляет интеллектуальная экономика? Содержание данного понятия еще не устоялось, обобщая различные источники, выделим ряд основных признаков этого типа экономики:

1. Основана на потоке инноваций, на постоянном технологическом совершенствовании, на производстве и экспорте высокотехнологичной продукции с очень высокой добавочной стоимостью и самих технологий.

2. Основным ресурсом является интеллект новаторов и учёных, информационная сфера, а не материальное производство и не концентрация финансов.

3. Характеризуется наличием на уровне страны и отдельных ее регионов развитой инновационной инфраструктурой, представляющей собой совокупность взаимодействующих организаций, учреждений и предприятий, обеспечивающих полный цикл инновационной деятельности в области техники, технологий, организации труда и управления, начиная от идеи и заканчивая продвижением на рынке инновационного продукта.

4. Обладает высоким социальным значением, базируется на принципах улучшения качества жизни, гуманизации, освобождающего разнообразия, плюрализма, всеобщего участия, доступности информации, преодоления информационного неравенства, сохранения культурного разнообразия и многоязычия на планете, всеобщего образования.

5. Строится через образование новых рынков идей, разработок, интеллектуальной собственности, инновационных продуктов, на которых разбираются старые структуры экономики и переводятся в новое качество.

6. Предполагает избыточность инноваций и, как следствие, обеспечение эффективности части из них за счет конкуренции.

Следует понимать, что переход к данному типу экономики – это не просто дань моде, а острая потребность, диктуемая современными мировыми условиями, удовлетворять которую, на наш взгляд, необходимо на уровне территорий.

Так, создание современной зоны инновационного развития «Аврора-Парк» в Белгородской области является своеобразным фундаментом в решении вопроса перехода от экономики материальных ресурсов к экономике знаний - интеллектуальной экономике территорий.

Как уже было сказано выше, одной из основных характеристик данного типа экономики является формирование и развитие инновационной инфраструктуры, обеспечивающей полный цикл инноваций: от появления инновационной идеи до ее реализации в конечный продукт. Для наиболее успешной организации инновационного процесса необходимо собрать на одной территории его ключевых участников: ученых (создающих инновационную идею), инженеров (воплощающих ее в продукт) и менеджеров (реализующих его потребителю).

«Аврора-Парк» является попыткой практической реализации данной идеи и представляет собой региональный комплексный проект формирования интеллектуально-инновационной территории, инкубационной среды для сотрудничества молодых учёных, специалистов-инноваторов, инвесторов и предпринимателей.

Основной идеей проекта является не только объединение на одной территории всех участников инновационного процесса, но и создание благоприятных условий для их работы: высокий уровень безопасности, достойная заработная плата, доступное жилье и возможность реализовать свои проекты. На территории зоны инновационного развития в радиусе пешеходной доступности планируется сконцентрировать объекты делового центра, жилые кварталы с объектами социальной инфраструктуры, а также торгово-развлекательные, рекреационные объекты, составляющие зону общения, взаимодействия, формирования социальных групп.

Тем самым, создавая комфортную среду пребывания и новое качество жизни для студентов российских и иностранных вузов, изобретателей, ученых, инженеров, авторов и разработчиков инновационных продуктов и членов их семей, планируется привлечение в регион основного ресурса нового типа экономики - интеллектуального

капитала. В результате реализации проекта планируется привлечение в процесс интенсивного развития инновационной деятельности на территории Белгородской области не менее 10 тысяч человек.

Площадкой для создания системы взаимосвязанных и дополняющих друг друга институтов, призванных помогать инновационному проекту в развитии от этапа научной разработки до появления коммерческого продукта или услуги, является инновационная инфраструктура «Аврора-Парка», представленная[3]:

-научно-исследовательскими, инженерно-техническими сообществами и высшими учебными заведениями (основными поставщиками инновационных идей и кадров);

-центрами трансфера технологий (помогающими обладателям интеллектуальной собственности передавать ее на определенных условиях компаниям для производства товаров и услуг);

-объединениями Бизнес-ангелов;

-бизнес-инкубаторами, центрами катализации (обеспечивающими поддержку предпринимателям на ранней стадии их деятельности путем предоставления в аренду помещений и оказания консультационных, бухгалтерских и юридических услуг на ограниченный период времени);

-технопарками (на территории которых объединены научно-исследовательские институты, промышленные предприятия, деловые центры, выставочные площадки, учебные заведения, а так же обслуживающие объекты);

-инновационно - технологическими центрами (имеющими в своем управлении офисные и (или) лабораторные площади и целью которых является создание среды для возникновения и скорейшего развития инновационных компаний);

-консалтинговыми и сервисными компаниями (источники услуг в области экономической, управленческой и информационной поддержки инновационных программ и проектов);

-представительствами инновационных фондов, осуществляющих инвестирование (финансовое и интеллектуальное) в инновационные проекты с высокой долей коммерческого риска с целью приращения капитала и поддержку инновационных и технологических процессов;

-центры коммерциализации технологий и разработок.

В «Аврора-Парк» должны входить семь профильных центров[2]:

1. В международном центре агробиотехнологии планируют сформировать научно-исследовательские подразделения крупнейших агрохолдингов, научные и внедренческие структуры, ведущие работы в производстве функциональных белков, генетике, переработке отходов

животноводства и пищевой промышленности, органического сельского хозяйства, хранения и переработке пищевых продуктов. Размещение такого центра в г.Белгороде обусловлено высоким уровнем концентрации компаний АПК и наличием спроса на инновации в указанной сфере.

2. Центр развития городской среды и управления городами – объединённый технопарк с компаниями, занимающимися развитием среды обитания человека в городе. Здесь предположительно разместятся проектные организации, объединённые в Институт современного города, архитектурный технопарк, центр развития внутригородской сетевой инфраструктуры «Умный город», центр исследований и разработок «Интерьер будущего», научно-исследовательские и проектные подразделения организаций ЖКХ.

3. Центр «Новая энергетика» – место концентрации разработок и внедрения энергосберегающих технологий, альтернативных технологий получения энергии из возобновляемых источников, площадка для объединения усилий по решению энергетической проблемы региона.

4. Центр международной логистики призван сосредоточить на своей территории организации, ведущие деятельность в сфере развития транспортно-логистического кластера «Белгород – Харьков» с российской стороны. Целевые резиденты центра: операторы строительства и эксплуатации автомагистралей и объектов придорожной инфраструктуры, логистические компании, банковско-страховой сектор обслуживания международной торговли, профильные научно-исследовательские и инновационные предприятия в сфере логистики и транспорта.

5. Центр медицины будущего объединит медицинские школы Харькова, Курска и Воронежа. В нём разместятся несколько блоков: офтальмологический центр, ортопедический центр, центр пластической и косметической хирургии, центр профилактической и восстановительной медицины, стоматологическая клиника, единый центр частной медицинской практики, центр развития клеточных технологий и др.

6. Центр высокотехнологичного профессионального обучения должен объединить современные учебные центры по различным направлениям коммерческого профобучения с использованием современных технологий имитационного и дистанционного обучения: тренажёры и симуляторы на виртуальных моделях реальных производственных процессов, обучение через видеонаблюдение за реальным производством.

7.Славянский культурный центр поддерживает идею тесного международного сотрудничества славянских народов не только в экономической, но и культурной, религиозной, исторической, языковой сферах, правильного формирования и развития национальной идентичности славянских народов в условиях глобализации. Создан он будет в формате конгресс-центра.

Кроме того, в «Аврора-Парке» разместится и деловой центр информационных и медиатехнологий, объединяющий компании, работающие в IT-сфере и отрасли современных медиа на качественно новом для Российской Федерации и Белгородской области уровне.

Очевидно, что развивать одновременно на одной площадке сразу семь приоритетных направлений проекта «Аврора Парк» задача непростая, тем не менее, только комплексный подход возможен для реализации поставленных целей при создании данного проекта.

Основными ожидаемыми результатами формирования и развития «Аврора-Парка» являются:

1.привлечение на территорию региона дополнительного интеллектуального капитала;

2.улучшение социально-экономической ситуации, повышение качества жизни региона;

3.повышение привлекательности региона для молодых специалистов, как из России, так и из - за рубежа;

4.увелечение темпов роста ВРП за счет роста его инновационной составляющей;

5.увелечение спроса на инновации со стороны организаций основных отраслей региональной экономики.

Безусловно, процесс формирования и развития такой инновационной экономической зоны, как «Аврора-Парк», достаточно трудоемкий и длительный. Однако, по нашему мнению, при условии устойчивого развития экономики региона, развитой системы высшего образования и высокого научного потенциала территории, а так же успешной интеграции науки и бизнеса, создание такого принципиально нового инструмента инновационного развития на территории Белгородской области, может стать примером выхода экономики на совершенно новый уровень экономического развития.

#### **Список литературы:**

1. Умный город: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (17-18

февраля 2012г.) / под ред. С.А.Боженова, А.А.Гармашева, В.А.Воронова и др. - Белгород: Константа, 2012. – 316 с.

2. <http://belinpark.ru/about/>

3. Концепция областного проекта создание комплекса «Аврора-Парк»: Утверждена распоряжением губернатора Белгородской области от 22 сентября 2011г. № 674-р

## К ВОПРОСУ ОБ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИИ

**Доможирова О.В., канд. экон. наук, доц.,  
Несмеянова М.Н., соискатель**  
*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

Учет затрат является актуальной проблемой экономического развития организации. Управление затратами, их сокращение – неотъемлемая часть успешной работы и повышения прибыли предприятия. Для достижения этих целей важно правильно определить, сколько потрачено на содержание того или иного подразделения, какова себестоимость выпускаемой продукции и как ее снизить без потери качества.

Затраты – это стоимостная оценка использованных компанией производственных ресурсов. Они отражают использование материалов, труда персонала, оборудования, собственных и покупных услуг и т.д., т.е. применение ресурсов по их целевому назначению [4]. Большое значение для правильной организации учета затрат на производство имеет научно обоснованная классификация. Как известно, их группируют по следующим видам: 1) по месту их возникновения (производствам, цехам, участкам); 2) по видам продукции (работ, услуг); 3) по видам расходов; 4) по отношению к себестоимости [2].

Группировка затрат по экономическим элементам необходима для того, чтобы определить, какие именно ресурсы израсходованы и каков удельный вес отдельных видов затрат в их общей сумме.

Группировка затрат по статьям калькуляции позволяет проанализировать, на какие цели расходуются ресурсы. Перечень статей составляется самим предприятием исходя из потребности в детальности информации.

Источником информации о затратах могут служить как первичные бухгалтерские документы, так и внутрифирменные накладные, требования и т. д. Например, учет затрат на материалы по цехам ведется на основании внутрифирменных накладных на перемещение материалов между цехами, учет заработной платы — на основании первичных документов по учету выработки, расчетно-платежных ведомостей и пр.

Главное отличие управленческой отчетности от бухгалтерской заключается в степени детализации, способах группировки и степени точности информации: эта отчетность более оперативна, а ее данные

могут основываться на предположениях и допущениях менеджеров компании [1].

Кроме того, управленческая отчетность — внутреннее дело самой компании, поэтому порядок ее представления регламентируется внутренними документами, а формы разрабатываются менеджерами.

Например, на уровне цеха — центра затрат — может применяться отчет об исполнении сметы расходов, содержащий перечень контролируемых затрат, плановые и фактические данные и отклонение, на уровне предприятия — центра прибыли — отчет о прибыли. Поскольку центр прибыли несет ответственность и за затраты, и за прибыль, в такой отчет можно включить затраты и поступления подразделений компании.

После того как построена система учета затрат и формирования отчетности, можно переходить к анализу темпов роста затрат, расчету себестоимости выпускаемой продукции и разработке мероприятий по снижению затрат.

Для анализа эффективности содержания того или иного подразделения используется группировка затрат по местам возникновения. В рамках этой группировки затраты относят на те подразделения компании, где ресурсы были использованы. Как правило, группировка по местам возникновения затрат строится в соответствии с финансовой структурой компании. Местами возникновения затрат в производственной компании могут быть подразделения основного и вспомогательного производства, коммерческие и административно-хозяйственные службы. В торговых компаниях учет часто ведется в разрезе коммерческих, вспомогательных и общехозяйственных подразделений [1].

Описанные выше группировки затрат используются при построении плана счетов для ведения управленческого учета.

Рассматривая некоторые рекомендации по оптимизации производственных расходов, нередко наблюдается, что значительные резервы по сокращению затрат находятся в складской логистике. Например, часто используется устаревшее оборудование для контроля качества сырья. Это может привести к тому, что будет приниматься сырье с параметрами, не соответствующими требованиями технологии. В результате может нарушиться производственный процесс и увеличатся затраты как на использование данного сырья, так и на электроэнергию. Незначительные инвестиции на покупку новых приборов позволяет добиться существенного сокращения затрат на производстве и выстроить эффективную работу с поставщиком [4].

Также, очень часто неэффективно организуется логистика предприятия – как внешняя (доставка сырья или готовой продукции), так и внутренняя (перемещение по территории предприятия). Проблемы, как правило, связаны с неэффективным использованием транспортных средств (низкая нагрузка).

Нередко, предприятия, самостоятельно организуя работу с клиентами, определяют минимальный объем продаж, но не всегда оговаривают минимальный объем поставки. Оптимизация объема поставки важна, потому, что стоимость доставки иногда очень существенно влияет на доходность заказа. Из-за недозагрузки транспортных средств при розничных поставках средняя доходность заказа по сравнению с поставками дистрибьютора может падать на 8-12%. Анализируя логистические потоки предприятия, можно предложить либо перейти на обслуживание у дистрибьюторов, либо использовать самовывоз, либо оплачивать доставку [3].

Следует обратить внимание на учет затрат, с помощью которого можно будет добиться их снижения. Для этого необходимо правильно определить, сколько потрачено на содержание того или иного подразделения, какова себестоимость выпускаемой продукции и как ее снизить без потери качества.

Для того, чтобы создать эффективную систему учета, позволяющую получить достоверные данные о затратах компании на производство продукции, на содержание подразделений, а также на выполнение различных бизнес-процессов, необходимо последовательно выполнить следующие пункты, которые регламентируются учетной политикой предприятия:

1. определить источники информации о затратах компании;
2. сгруппировать однородные затраты;
3. разработать план счетов для управленческого учета;
4. создать типовые формы отчетности [1].

Подводя итог, следует подчеркнуть необходимость комплексного подхода к оптимизации затрат. Как правило, наибольшего эффекта можно добиться, рассматривая не отдельную область, а деятельность предприятия в целом. Именно во взаимодействии различных служб предприятия можно найти резервы для значительного снижения затрат.

#### **Список литературы:**

1. *Молвинский, А.* Учет затрат: на что обратить внимание [Текст] / А. Молвинский // Финансовый директор. – 2008. - № 3.

2. *Швецкая, В. М.* Бухгалтерский учет: Учебное пособие для студентов экономических колледжей и средних специальных учебных заведений. – 2-е изд., перераб. и доп. [Текст] / В. М. Швецкая, Н. А. Головки. – М.: издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2004. – 408 с.
3. Официальный сайт консалтинговой компании “OrangeFinance”. – Режим доступа: <http://orange-finance.ru/>
4. Сайт «Клуб борцов с затратами». – Режим доступа: [www.costkiller.ru](http://www.costkiller.ru)

## МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ И ЕЁ БРЕНДА

Дубино Н.В., канд. экон. наук, ст. преп.  
*Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова*

Традиционно наиболее важными ресурсами компании считались ее материальные активы, особенно физические активы такие, как земля, здания и сооружения, машины и оборудование, ценные бумаги, инвестиции и др. Именно они лежали в основе создания ценности компании. Безусловно, эти ресурсы и до сих пор играют существенную роль, тем не менее, в век информационных технологий ведущую роль среди ключевых факторов повышения стоимости компании играют нематериальные активы.

В распоряжении компании могут находиться следующие виды нематериальных активов:

- технологические активы: собственная технология в форме патентов, авторских прав и производственных секретов, специальных ноу-хау;

- стратегические активы: лицензии, позиция естественной монополии и другие преимущественные права;

- репутационные активы: название компании и ее торговые марки (репутация ее товаров, услуг и честных отношений с потребителями, поставщиками, государством и обществом);

- человеческие ресурсы: умения, навыки и способности сотрудников компании;

- организация и культура: ценности и принятые в компании социальные нормы, способствующие формированию лояльности сотрудников.

Чтобы понять, какой вклад вносит каждый из видов нематериальных активов в стоимость компании, необходимо оценить их стоимость. Однако, такого рода оценка является серьезной проблемой для компании, потому как их сущность и происхождение значительно осложняют их изучение. Во многих случаях невозможно не только выделить ту часть стоимости, которую создает отдельный нематериальный актив, но и определить, участвует ли нематериальный актив (или активы) в создании этой стоимости.

Если ранжировать нематериальные активы по степени изученности их оценки, то в настоящее время наилучшим образом разработаны методики оценки технологических активов и лицензий. Менее изученными являются репутационные активы, в том числе и бренд. Самыми малоизученными остаются человеческие ресурсы и организационные ресурсы компании.

Бренд является одним из ключевых нематериальных активов компании.

Под брендом будем понимать все то, что помогает потребителю однозначно идентифицировать товар, т.е. вербальные, визуальные и другие элементы, помогающие потребителю установить принадлежность данного продукта к данному названию.

Далее проанализируем способы оценки бренда и стоимости компании.

В мировой практике сложились следующие основные подходы к оценке стоимости бренда: затратный, рыночный и доходный.

1. Затратные методы – учитывают затраты на создание и поддержание бренда.

2. Рыночные методы – определяют стоимость бренда исходя из рыночной стоимости компании.

3. Доходные методы – основаны на анализе будущих доходов бренда.

Необходимо отметить, что отдельные методики указанных выше подходов были разработаны в разных областях экономики, этим обусловлены различия в построении оценки стоимости бренда и сферы их применения. Происхождение методик во многом обуславливает их специфические особенности, достоинства и недостатки, пределы их полезного использования.

Единой методики оценки стоимости бренда не существует по тому, как невозможно учесть все характеристики, которые оказывают влияние на эту стоимость в каждый конкретный момент времени

Компаниями оценка стоимости бренда обычно производится различными методами по разным моделям и их показателям, как правило, при оценке стоимости бренда используют 2-3 метода, имеющих различные методологические основания, для получения, при сравнении их результатов, объективных значений.

Далее в таблице представлен сравнительный анализ наиболее популярных на сегодняшний день методов оценки стоимости бренда.

**Основные методы оценки стоимости бренда**

| <b>Методы оценки стоимости бренда</b>                      | <b>Характеристика метода</b>   |
|--|--|
| 1  | 2  |
| Метод оценки бренда на основе потребительских предпочтений | Проводится в четыре этапа: обеспечение идентификации бренда покупателем, определение осознания покупателем значения бренда, анализ формирования соответствующей реакции покупателей на идентификацию и значение бренда, трансформация реакции на бренд в создание лояльного отношения покупателей к нему   |
| ROBI 8   | Компания оценивает бренд с четырех показателей – двух количественных и двух качественных, наиболее полно отражающих ситуацию для данной компании.<br>Качественные характеристики ROBI 8: осведомленность о марке, понимание позиции марки, индивидуальности торговой марки.<br>Количественные показатели ROBI 8: количество покупателей, привлеченных торговой маркой, роль марки в формировании лояльности потребителей, частота покупок, стоимость торговой марки в финансовом выражении |
| Метод роялти   | Оценка суммы, которую компания должна выплатить другой стороне при приобретении права на использование её марки: исчисляется как сумма произведение годовых продаж продукта на уровень роялти, приведенная к сегодняшним ценам   |
| Затратный метод  | Стоимость бренда оценивается, исходя из затрат на его создание и развитие  |
| Норма возврата инвестиций                                  | Основывается на 19 качественных и количественных показателях. Оценка этих показателей производится с помощью рейтинговых оценок  |

| 1   | 2  |
|---|--|
| Метод «суммарной дисконтированной добавленной стоимости» (Premium Profit) | В основе данного метода или его еще называют методом «ценовой премии» заложена возможность создания брендом дополнительных денежных потоков. Предполагается, что брендированный товар можно продать дороже, чем небрендированный   |
| Рыночная оценка стоимости бренда  | Бренд оценивается на основании данных о продажах сопоставимых марок или компаний конкурентов   |
| Метод остаточной стоимости  | Из общей рыночной стоимости компании последовательно вычитают: стоимость материальных и финансовых активов, а также прочих, не относящихся к бренду нематериальных активов (НМА). Полученная разница и будет являться стоимостью бренда  |
| Метод дисконтированных денежных потоков                                   | Предполагает исчисление доходов, которые приносят акционерам компании ее торговые марки. Проводится в три этапа: <ul style="list-style-type: none"> <li>- прогнозирование денежных потоков;</li> <li>- вычленение создаваемой маркой стоимости из той, которая генерируется материальными и другими нематериальными активами;</li> <li>- определение нормы дисконта</li> </ul> |

Из проведенного анализа существующих методов можно сделать вывод о том, что в зависимости от поставленной перед компанией цели используется тот или иной метод оценки стоимости бренда.

Важным аспектом стоимости бренда является его влияние на стоимость компании. Вклад бренда в общую результативность деятельности компании на наш взгляд можно оценить при помощи наиболее прозрачной и логичной модели – технологии *3FM* – технология анализа эффективности брендов (*Brand efficiency*).

В основе оценки эффективности бренда лежит трехфакторная модель преобразования силы бренда (*Brand Strength*) в дополнительные финансовые потоки (*Added Value Agent*) через количественные параметры анализа продаж и образа бренда (*Brand Image*), выражаемые формулой 3 «*More*». В результате выделяется определенный коэффициент, позволяющий выявить именно финансовую составляющую бренда в деятельности самой компании.

*3FM – 3 Factors More* – это три фактора «*M*», являющиеся количественными коэффициентами. Они определяют вклад бренда в эффективную работу предприятия: изменение объемов продаж, изменение рентабельности компании, обеспечение стабильности уровня продаж или перспективности бренда. Технология основывается на данных ритейл-аудитов и бренд-трекингов, также могут быть применены сведения о продажах брендированных товаров, экспертные оценки и мнения потребителей. В итоге получается коэффициент, который возникает путем перемножения всех трех показателей:

$$M = M_1 \cdot M_2 \cdot M_3$$

Он оценивает существующий бренд как немарочный товар и сравнивает его с другими брендами, т.е. выявляет два возможных пути развития бренда – успешный и неуспешный. А это, в свою очередь, ведет к изменению стоимости самой компании. Ведь бренд является важнейшим ее нематериальным активом, который в большинстве случаев по своей рыночной стоимости значительно превосходит все остальные активы. Стоимость компании зависит от стоимости брендов, которыми она владеет. Это не всегда можно точно и четко высчитать, но акции компаний с известными марками продаются обычно на 10-15 % дороже, чем можно было бы предположить, основываясь только на рыночной стоимости этих компаний.

Таким образом, можно сделать вывод, что различные области экономики, породившие соответствующие методики оценки стоимости компании и её бренда, заложили в них специфические особенности, подводя итог, можно с полной уверенностью заявить, что правильный выбор метода позволит компании повысить стоимость своего бренда, увеличить прибыль и иметь перспективы к расширению занимаемой доли рынка.

#### **Список литературы:**

1. *Аакер, Д.* Бренд-лидерство: новая концепция брендинга / Дэвид А. Аакер, Эрик Йохимштайлер. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2008.
2. *Келлер, К. Л.* Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. – М.: ИД «Вильямс», 2009.

# **TAX PROCEDURES – LEGAL SOURCES AND INTERNATIONAL AND DOMESTIC EXPERIENCE**

**S. Jevtic,  
N. Jevtic,  
M. Alibasic,**

*VII, student of PhD, Faculty for Education of Executives*

## **Abstract**

In the last 30 years has drastically increased importance of multinationals in world trade. This is partly caused by the increased integration of national economies and technical progress, especially in the field of communication. Increased number of multinational companies to put the tax administration and the company before any taxation matters more difficult, because the individual national rules for taxation of multinational companies can not be seen in isolation but must be viewed in a broad international context.

## **1. Legal sources, international experience**

Contentious issues, both for tax administrations and for multinational companies, resulting primarily from the practical difficulties in relation to establishing the expenditure and revenue companies or business units within the multinational companies that are taken into account in a particular country, especially when they concern jobs closely related.

The requirement to comply with laws and administrative regulations may differ from country to country creates additional problems for multinational companies. Different requirements may be associated with the additional workload for a multinational company and lead to higher costs related to compliance with these regulations than is the case with a similar company that operates exclusively under one tax sovereignty.

For tax administration is that from a political standpoint and from the standpoint of practical implementation of the special problems arise. From a political point of view of the state must coordinate the needs of two types: on the one hand, their legitimate right to tax those gains taxpayer arising from the expenditure and income which might reasonably be considered to be the source of their national territory, on the other hand, taxation the same income by multiple states. Such double or multiple taxation may create a barrier to cross-border activities in the area of goods and services and the distribution of capital. From a practical perspective, attribution of income and

expenditure which is an additional State may be hindered by obstacles in obtaining authoritative information from abroad.

The tax system which is based on the universal principle of the state tax base partially or fully include all revenues collected through licekojese considered a resident of that State (including legal persons - capital companies), income derived from sources outside that State. The tax system based on territorial principle states in the tax base includes those areas its tax sovereignty, and that regardless of resident taxpayer. In relation to multinational companies means that these two principles, which are often applied together, generally treat each company within the multinational company as a separate legal entity. OECD member countries have opted for the principle of independent companies, as an instrument that is most appropriate for achieving the just result and that the risk of double taxation reduced to a minimum. Thus, each individual company within the group with their actual taxable income to a universal or territorial principle. Relations between companies within the group may, however, allow companies in terms of its internal relations agree conditions that differ from those which would be made to the company within the group acted as an independent company.

To the principle of independent companies could be applied to the Internal Affairs Group, individual companies within the group must be taxed as if in their affairs by mutual adherence to the principle of external comparisons. To ensure correct application of the principle of independent enterprises, OECD member countries are usvojiie principle of external comparisons, based on which needs to be eiiminišu effects of specific conditions on the amount of profit.

OECD member countries are committed to the international principles, as they serve to satisfy two objectives:

- on the one hand their application provides adequate taxation in the State,
- on the other side to avoid double taxation, so the conflict between the tax administration is reduced to a minimum and improve the opportunities of international trade and investment. In a globalized economy of coordination between states is more appropriate than tax competition.

OECD Guidelines 1995/96/97 "transfer pricing guidelines for multinational enterprises and tax administration" (known as "the OECD Transfer Pricing Guidelines") - Guidelines on transfer pricing for multinationals and tax authorities", and the commentary to Article 9 OECD Model Agreement ("Affiliated Companies") contain a consensus of Member

States on the establishment and control of the appropriateness of transfer prices.

They are of particular importance in cases of agreement or arbitration Procedures, because these are principles which are internationally recognized.

## **2. Transfer pricing and international experiences**

Administrative principles for the delimitation of revenue were published 1983rd in some parts still apply. The principles laid down by this document are largely uncontroversial and meet the principles published by the OECD in its Guidelines on transfer pricing (OECD Transfer Pricing Guidelines). Germany participated in the work on these guidelines and agreed with them.

Administrative principles for the procedure are explained in detail in a letter to the Federal Ministry of Finance of 12.04.2005. Administrative principles for the procedure should contribute to legal certainty in terms of demarcation between international income of related companies, which internationally has become increasingly important. In essence, it represents the principle of an investigation by tax authorities in the field of control and participation of the taxpayer's liability, which is reflected in his obligation to submit documentation of the facts and to document the suitability of their transfer prices. In documenting the appropriateness of pricing, the company must demonstrate that strove to honor the principle, arm (Dealing at arm's length).

Dealing with transfer pricing should not be confused with the problem by treating fraud or tax evasion, although the transfer pricing is certainly be used for such purposes. In addition to thinking about the tax aspects, and other factors can affect the distortion of the conditions relating to commercial and financial relations between associated enterprises. Companies can, for example, be subject to pressure the state, both in their own way in a foreign country, in determining the customs value, anti-dumping duties, as well as monetary control and price control. The cause of the disturbance transfer prices may pressure owners of shares who wish to see a high level of profitability of the parent company.

As a rule there is no real international transfer pricing, but the usual range of external transfer prices. In connection with the OECD says, "Transfer Pricing is no exact science." Differences in the goods or services justify various international transfer pricing.

Since the control of transfer prices in the first place in matters relating to the facts, clarification of the facts is of decisive importance.

Companies have the freedom to shape their business as long as law-abiding. If a decision for the company, there are rational economic reasons, the tax office is obliged to accept it.

Economic decisions are rational, if passed as is common among unaffiliated third parties, business partners are independent of each other, between them there is a natural opposition of interests. When this starts with the fiction that the two orderly and conscientious businessman negotiate with each other so that each party for itself achieve optimal results. From independent companies, for example, before buying a product at a specified price can be expected to consider the possibility that they buy a product from another company at a lower price.

Comparability (associated companies)

Under comparable conditions are the following:

- the size of comparable companies
- operating conditions (type, shape, volume)
- the functions and risks
- duration of the relationship posiovnih
- business strategy, business partners
- microeconomic framework conditions (conditions of contract and delivery)
  - general market situation
  - the level of market
  - comparable quality of information

### **3. The tax system and tax reform - local experience**

The recession caused the economic crisis and some errors in the process of privatization in Serbia, significantly affect the current tax system does not provide enough revenue. In order to curb the budget deficit, but critical, as agreed with the IMF, the proponents of tax reform in Serbia, direct your attention to the "classic" the easiest, but the most dangerous for the current government, filling the budget deficit by increasing tax burden on the population? The main changes in the tax system is based on the increase of VAT from 18% to 22%, a lower "slum" rate of VAT on food, water, utilities, heating, newspapers, books, housing and so on. from 8 to 12%, which will automatically cause a significant increase in prices, inflation and a further reduction in living standards. Second, the predicted increase in the income tax of 12% to 20%, with a comforting increase in tax-free earnings, significantly affects the deterioration of the competitiveness of Serbian economy, hindering exports and does not contribute to the creation of new working places .. On the other hand, proposes to reduce the unpopular health

insurance contributions of employees, apparently as a business tax breaks. In fact it's about reducing funding for primary care population, which in turn affects the broad strata of the population? All other proposals of the concept of accelerated tax reforms fall into the wrong direction with the shadow the main focus of the tax burden on already impoverished population.

Suggestions of tax reform in Serbia should be based on the experiences of EU countries, and not on unpopular with experience across the Atlantic, where it caused the biggest global financial crisis century. The real additional public revenues can be quickly achieved only by raising taxes on the enormous profit organizations in the financial sector, in all forms of mediation, rental, telecommunications and similar institutions that generate high profits by investing outside of the real economy. In the midst of great economic crisis is not acceptable to the tax and still protect the best financial standing legal and physical entities in the country, especially banks, insurance companies, privatization and financial intermediaries, financial institutions and other similar, but by keeping unsustainable low profit tax rate of 10% , the lowest in Europe. So far no sense to tax the protection provided to the leading banks and similar institutions "cheap" construction of new luxury buildings and administrative office space for rent highly profitable with low taxable incomes. In addition, it is necessary to bear in mind the mistakes in monetary policy, which encourages speculative foreign capital entering the country, with large salaries, placed over a low taxable expensive loans to companies and citizens. The question is whether this tax "tolerance" in the national interest, since it does not support the development of domestic production, increased exports and job creation .. Various financial and other business intermediary organizations are also trusted source for additional public revenue. It is necessary to find adequate solutions progressive income taxation in those organizations whose business activities are directly related to the development of new generating capacity in the country, mediating an increase in exports from zemlje enable the existing business or struggling companies in the country.

The new tax system in Serbia, should be the purpose of strengthening the economic power of creators of public revenues in the country, fostering more rapid economic development, job creation and improve living standards, as when downloading valstzi proclaimed the existing government. Tax reform, among other things, should not only be in order to protect the privileged, but the financial sector and other organizations in similar business activities, it will cause unnecessary social tensions, as has already happened in some close neighbors on the one hand, and continue to protect existing vested interests of many direct and indirect beneficiaries, on the other.

## **CONCLUSION**

OECD member countries are committed to international principles, as they serve to satisfy the basic objectives related to the fact that their application provides adequate taxation in the State, on the other side to avoid double taxation, whereas in this way the conflict between the tax administrations reduced to a minimum and improve the opportunities of international trade and investment. In a globalized economy of coordination between states is more appropriate than tax competition. They are of particular importance in cases of agreement or arbitration Procedures, because these are principles which are internationally recognized.

The recession caused the economic crisis and some errors in the process of privatization in Serbia, significantly affect the current tax system does not provide enough revenue. In order to curb the budget deficit, but critical, as agreed with the IMF, the proponents of tax reform in Serbia, direct your attention to the "classic" the easiest, but the most dangerous for the current government, filling the budget deficit by increasing tax burden on the population.

Our new tax system should serve to strengthen the economic power of the creators of public revenues in the country, fostering more rapid economic development, job creation and improved living standards, that upon taking valstzi proclaimed the existing government. Tax reform, among other things, should not only be in order to protect the privileged, but the financial sector and other organizations in similar business activities, it will cause unnecessary social tensions, as has already happened in some close neighbors on the one hand, and continue to protect existing vested interests of many direct and indirect beneficiaries, on the other.

### **Reference:**

1. IMF Monetary and Exchange Rate Policies of the Euro Area, IMF Country Report No.01/06, Washington, DC. pp. 21st
2. World Bank Report, Business effects in 2007.
3. Agency for direct investment and export promotion in Serbia, Catalogue 2007.2008.
4. N. Vignjević-Djordjevic: "CORPORATE GOVERNANCE AND REGULATION IN THE DEVELOPMENT OF PUBLIC PROPERTY, AND COMPETITIVENESS market transparency, the Union of Economists of Serbia, Kopaonik Business Forum, March 2009.
5. N. Vignjević-Djordjevic, P. Bojović, S. Djordjevic, A. Vukovic, "PUBLIC FINANCE-law, institutions, systems, policies," second edition, Europress, Belgrade, 2010;

6. Dragutin Dragojević: "Revision date APPLIED IN THE ECONOMY AND PUBLIC SECTOR", second edition, page 544, "Building Books" AD, Belgrade, 2007,
7. Reiner Quick, Stuard Turley and Marleen Willekens: AUDITING, AND TRUST GOVERANCE - Developing regulation in Europe, Routledge, London 2008th
8. IFAC - International Auditing Standards, published by IFAC, New York, 2008

## **ЗАРУБЕЖНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ**

**Закиева Н.М., аспирант**  
*Казанский государственный  
архитектурно-строительный университет*

Последние несколько лет вопросы инновационного развития становятся все более значимыми для экономических систем различных уровней. Положение о том, что инновационная направленность во многом определяет ключевые параметры развития макро-, мезо- и микроэкономических систем, понимается и принимается сегодня не только отечественными учеными, но обращает на себя все более пристальное внимание руководителей государства, законодателей и предпринимателей.

Президентом и Правительством РФ только за последнее десятилетие утвержден целый ряд нормативных актов, а также целевых программ, направленных на стимулирование инновационных процессов в стране, на формирование национальной инновационной системы России современного типа [1, 2].

Переход России к новому инновационному развитию разрабатывается и поддерживается как на уровне страны в целом, так и на уровне региона (Республики Татарстан). Приоритетом современной государственной политики РФ является развитие инновационной деятельности во всех сферах народного хозяйства, организации эффективного взаимодействия основных участников инновационного процесса, определения места и роли каждого звена в инновационной системе, источников и механизмов финансирования нововведений.

Доля строительной сферы в валовом региональном продукте Татарстана достаточно значима, однако, следует заметить, если в 2007 году она составила 19,2%, то на 2010 год – 17,8%, что свидетельствует о необходимости совершенствования механизма управления инновационной деятельностью инвестиционно - строительного комплекса Республики Татарстан [4]. Именно поэтому использование мирового методологического опыта и отработанного инструментария управления инновационными проектами в управлении деятельностью предприятий строительной сферы является наиболее актуальным.

Управление инновационными проектами – раздел теории управления социально-экономическими системами, изучающий методы,

формы, средства наиболее эффективного и рационального управления инновациями (нововведениями). Инновационный проект представляет собой сложную систему взаимообусловленных и взаимоувязанных по ресурсам, срокам и исполнителям мероприятий, направленных на достижение конкретных целей (задач) на приоритетных направлениях науки и техники.

Особый интерес представляет японский подход к управлению сложными проектами внедрения инновационных технологий на уровне предприятий в нестабильной среде, описанный в стандарте «Руководство по управлению инновационными проектами и программами предприятий» (Project & Program Management, P2M). Впервые свод знаний P2M был опубликован в 2001 году Японской ассоциацией развития инжиниринга. В настоящее время стандарт поддерживается Японской ассоциацией управления проектами. Система знаний P2M, основанная на опыте управления проектами Японии с 1999 года, сконцентрировала уроки японских компаний с 1980 года. В Японии все в большой степени складывается отношение к этому стандарту как обязательному элементу управленческой культуры проектно-ориентированной компании. Сегодня его используют и совсем небольшие японские компании, и такие флагманы мирового бизнеса, как Matsushita, Hitachi, Fujitsu, Mitsui.

Рассматриваемая методология ориентирована не на продукт, а на улучшение организации в результате выполнения проекта: она описывает, как сочетать выполняемые проекты с бизнес - стратегией компании и использовать полученный в результате выполнения проектов опыт для развития и продвижения к стратегическим целям.

Стандарт P2M - полноценный стандарт по управлению отдельными проектами и программами в составе программ, в котором области знаний проектного менеджмента описаны намного шире и глубже, чем в западных руководствах. Управление программами поддерживается четырьмя областями управления (рис. 1): управлением ценностью (видеть, планировать, строить и постоянно оценивать ценность программы/проекта), системным подходом в сфере управления проектами (использовать системные подходы (жесткие и мягкие) для формирования эффективной и результативной концепции, планирования и создания конфигурации программы, борьбы с существующей неопределенностью и для интеграции инженерных дисциплин в процессе создания системы программы), управлением финансами проекта (проектировать, планировать и обеспечивать финансирование, осуществлять финансовое планирование программы

параллельно с планированием финансов проектов), управлением отношениями в рамках проекта (определять, совершенствовать и поддерживать конструктивные взаимовыгодные, бесприоритетные отношения между всеми заинтересованными лицами).

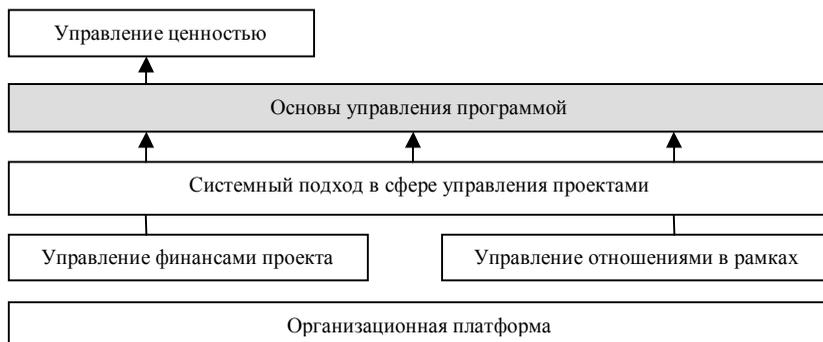


Рис. 1. Области управления, поддерживающие управление программой P2M

Миссией P2M является намеренное создание новой ценности, имеющей четыре составляющих: ценность материальных активов как основа для производства денежных потоков или других материальных выгод; ценность интеллектуальных активов (ценность знания), которая является источником для создания новых ценностей и, следовательно, нового бизнеса; ценность владения для участников - ценность успеха в бизнесе, который достигается благодаря окружению конкретного совместного проекта/программы (заказчик, финансирующая организация, компания-поставщик, субподрядчики и другие участники проекта); ценность инновации, которая имеет интегративный характер и является составной.

Структура управления проектами основана на философии конструктивизма. Она включает создание концепции, моделирование, проектирование и структурирование проектов, направленных на увеличение добавленной ценности. Конструктивистская установка практики управления программами и проектами предполагает, что руководитель программы/проекта будет разрабатывать сам или помогать своим клиентам разрабатывать правильную программу/проект благодаря своему пониманию ценностей, обширным профессиональным знаниям, способности решать проблемы и мыслить глобально.

Модель управления описывает всю траекторию развития (жизненный цикл) программы, от интерпретации бизнес-стратегии, создания концепции программы к ее выполнению путем реализации входящих в ее состав проектов. Также модель включает повторное использование интеллектуальной собственности, полученной в процессе работы программы, для создания нового бизнеса.

Японская методология в контексте управления программами/проектами предполагает следующие этапы:

1) Тщательное определение конкретной миссии на основе организационной стратегии (на ее реализацию направлено управление проектами).

2) Профилирование миссии программы/проекта (интерпретация или определение миссии с предпринимательской точки зрения), направленное на увеличение ее потенциальной ценности, и создание сценария для управления архитектурой программы.

3) Согласование необходимых технологий, инженерных дисциплин, научных знаний и управленческих методов, выступающих в качестве инструментов реализации миссии, а также включение в программу набора наиболее подходящих стратегий.

4) Проектирование архитектуры системы программы, в соответствии с которой формирующие ее проекты могут реализовываться автономно, но в то же время имеют интегративное управление, что обеспечивает максимально полную реализацию ценности всей программы.

5) Управление процессом выполнения программы, в ходе которого синхронизируется интегративное управление (управление интеграцией программы) и раздельное управление проектами - компонентами.

6) Определение и оценка ожидаемой от программы ценности для ее сохранения и последующего развития.

7) Управление сообществом, обслуживающим интеллектуальное пространство программы. Цель - заставить многочисленных разнообразных участников процесса реализации программы, имеющих различные интересы, сотрудничать друг с другом, совместно создавать ценность.

Методология P2M предусматривает три стандартные (эталонные) проектные модели: схематическую, системную и сервисную (табл. 1).

Основными процессами моделирования программ/проектов являются профилирование миссии и управление архитектурой.

Профилирование миссии заключается в выделении из числа стоящих перед предприятием сложных современных проблем наиболее

значимой, которую нужно разрешить, в определении соответствующей миссии, и в превращении данной миссии в осуществимые сценарии, которые определяют «дорожную карту» возможных путей решения проблемы. Для этого формируются многочисленные проекты, которые должны стать решением, и прогнозируется будущая картина путем интерпретации целей с более общей точки зрения с использованием расширенной структуры ценности для движения от состояния «как есть» к идеальному состоянию.

Архитектура программы/проекта - это спроектированные структуры и взаимосвязи между многочисленными органически соединенными компонентами программы/проекта. Программа/проект имеет определенные функции и обладает гибкостью, позволяющей ей адаптироваться к изменениям окружения. Управление архитектурой заключается в структурировании спроектированной программы/проекта, работе над ее функциональностью и управляемостью, достижении того, чтобы поддержание ценности программы/проекта считали первостепенной задачей.

Таблица 1  
Стандартные проектные модели методологии P2M

| <b>Проектная модель</b>     | <b>Функция</b>   | <b>Результаты</b>  |
|-----------------------------|--|--|
| <b>Схематическая модель</b> | Управление концепцией проекта для создания инновации или новой ценности на ранних стадиях проекта  | Расширение традиционных функций управления проектами «вверх» для формирования новых ценностей                            |
| <b>Системная модель</b>     | Традиционная проектная модель внедрения и реализации, которая использует проектные планы, оптимизированные в соответствии со схематической моделью, и функциональные области управления, расширенные по сравнению с предыдущими западными моделями | Понимание того, как следует управлять, чтобы лучше реализовать проект  |
| <b>Сервисная модель</b>     | Открыть новые возможности получения ценности и новые бизнес - возможности относительно результата проекта и его новой интеллектуальной ценности  | Расширение традиционных функций управления проектами «вниз» для проверки области максимизации ценности программы/проекта |

Согласно японской методологии процесс управления проектом содержит 7 элементов, и помимо процесса реализации проекта, входов и выходов, в системной модели учитываются ограничения, раздражители, цикл управления организацией и инструменты управления проектами (рис. 2). В современных инновационных проектах менеджер должен организовать взаимодействие между разными элементами этой системы.

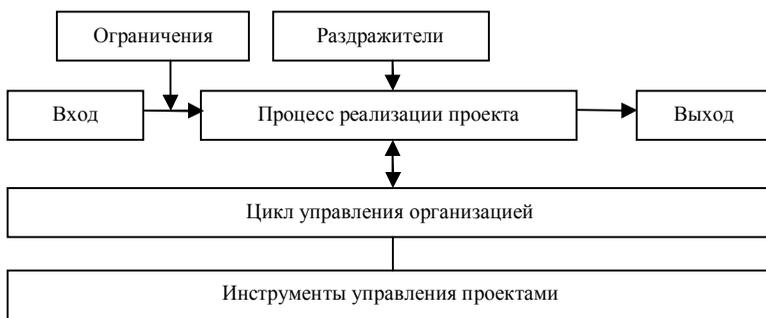


Рис. 2. Системная модель управления проектами

Стандарт P2M пока не получил широкого распространения в мире. Основная причина заключается в том, что японский свод знаний является не методологией, а философией, которая требует глубинных перестроек внутри предприятия. При практическом применении стандарта встает проблема отсутствия каких-либо предписывающих действий, шаблонов, форм, базовой структуры пула документов для управления программой/проектом. Авторы методологии объясняют это тем, что не хотят сковывать креативность менеджеров, предоставляя им самим возможность выбирать инструменты и техники, которые представлены в своде знаний. К сожалению не многие компании в мире к этому готовы, хотя внедрение такой философии позволит им стать еще более гибкими, способными к изменениям и в итоге еще больше оторваться от своих конкурентов.

Сейчас идет популяризация стандарта P2M среди компаний, которые исповедуют путь инноваций - это крупнейшие мировые компании, использующие инновации в непрерывном цикле. В Европе большой интерес к данной методологии проявили Украина и Франция. В Украине японский свод знаний утвержден на государственном уровне и пользуется поддержкой со стороны действующего правительства.

Японская методология управления инновационными проектами обеспечивает эффективное взаимодействие на всех этапах развития инновации и, на наш взгляд, имеет все шансы стать во главе практики проектного менеджмента в условиях российской культуры управления инновационными проектами инвестиционно-строительного комплекса, в частности, в Республике Татарстан.

**Список литературы:**

1. Закон Республики Татарстан от 02.08.2010 №63-РТ «Об инновационной деятельности в Республики Татарстан».
2. Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 №2227-р «Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года».
3. Танака Хироши. Увеличение конкурентоспособности национальной промышленности путем использования открытых инноваций и управления метапрограммами (часть 3) // Управление проектами и программами, 2011, № 02(26) – с. 128-145.
4. «Экономический барометр» об основных тенденциях социально-экономического развития в РТ [электронный ресурс]. - Режим доступа. - URL: [http://mert.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub\\_48414.pdf](http://mert.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_48414.pdf).

# CURRENT TRENDS OF FINANCIAL SUPERVISION DEVELOPMENT

**mr Zdravković Bojan,  
mr Stanković Vladan,**

*Faculty for education of the executives, Alfa University, Belgrade Serbia*

**Abstract:** *This paper points out to the basic principles of operation of digital systems for financial supervision. In addition, the subject of the paper is an analysis of current trends of their future development.*

**Keywords:** *financial surveillance, automation of financial surveillance, cross-market surveillance*

## INTRODUCTION

Everyday transactions in electronic markets require a detailed analysis of transaction data to detect illegal market activities. This causes the development of computer surveillance systems that are programmed to monitor trading in real time to detect irregularities in the market and the visual imagery of identified anomalies in the form of graphs, which allows a better visual interaction with the market.

The current approach in the supervision of financial markets is characterized by the effort of the supervisory body to as much as possible "automate" the work of the software controlling the irregularities in these markets. In addition, because of the increasing volume of stock market manipulation, a growing interest to promote cooperation between national bodies to monitor and more intensively conduct "cross-market surveillance" in the future instead of previous "single market surveillance".

### 1. EVENT PROCESSING SYSTEMS (EPS)

Two well-known approaches used in developing the instruments of market analysis are "Data Mining" (disclosure) and "event processing". "Data mining" is the concept of extracting knowledge from data stored in databases and in essence is "off-line" analysis process. Managing event is a concept that has been specifically proposed for the processing of information generated in real time. Research of Mangkorntong, P; Rabh, FA: p.112-113) [1] showed that the "event processing" is much more convenient method for conducting market analyzes. It shows the same flexibility in handling data in different formats, without pre-processing information step and offers scalability for handling increased volumes of data produced in electronic markets. Moreover, it can be used for "off-line" analysis.

"Event processing systems" are systems that can be used to search a set of events that match a given pattern of events<sup>1</sup>. The four main reasons for introducing the events processing system in the organization are monitoring, misdiagnosis, the protection of securities and performance monitoring. The main feature of these systems is that they are specifically designed to meet the requirements of applications in real time, and therefore must be able to cope with large amounts of generated events. Another important issue in the EPS is the latency. EPS allows latency in milliseconds, while the traditional "systems that are managed by people," observed latency in seconds, hours or days. As far as user interface, in the traditional "people-driven system", users submit queries for the information they seek, while EPL is sending information to users about the events in which interest is determined based on the detected predefined patterns of events. [1]

## **2. "SMART" FINANCIAL SUPERVISION**

Agencies for financial market supervision act on similar principles. However, given the different level of investment in their further development, there are significant differences. The author points out to the methodology of SMART software (<http://www.nasdaqomx.com>) [2]; it is leading software for event processing and determination of market imperfections on various financial markets.

In the area of financial management, SMART provides software components for the analysis of transactions that come from the financial markets. Collected transactions are collected in the SMART database, which can be accessed via the SMART software modules. There are two types of alarms that can be generated by the SMART monitoring system [3] 1) user-defined alert, and 2) automatic unusual activity alert.

In the user-defined alert system, it is necessary to recognize the diversity of user-defined events that are happening in real time, which gives users the ability to assess the situation and, if necessary, to take preventive measures. This may include a generic alerts, specific class alerts, behavioral alerts, high value video capture. Unlike "the user defined alert", "automatic unusual activity alert" system provides alerts when it detects activity that deviates from the norm. [3] SMART system achieves this based on "learning" form of normal activity. If shares are traded at higher prices or to a

---

<sup>11</sup> From the perspective of computer science, "an event" is defined as an object that represents the activity that occurred while the " pattern of events" is a template that is used to compare the set of events for which we are interested

greater extent in relation to normal price range and trading volume for the day, the system will signal a warning. For example, "*Capping/pegging*" means buying large amounts of fundamentals or securities immediately before the date of expiration of derivatives held by the investor. The purpose of such treatment is to stimulate movements in the stock market.

The data obtained in real time are then combined with information about market participants and their securities recorded during the previous trade. In addition, supervisors have access to "sources" which provide information on market developments. All this information is summarized and then presented on graphs in the database that allow supervisory authorities to visualize the movement of securities over time and determine whether the observed changes are associated with the specific events. [4]

Any signs of atypical behavior of stock will be displayed on the screens of computer personnel in charge of supervision. These warnings include basic information such as trade time, type, code shares, net change, price, account volume and ID warning. To these warnings different priority levels are given. The primary goal of officers is to identify a reasonable explanation for the atypical trade. In most cases, the anomaly is easily explained by publicly available information such as alerts that give the companies, the articles or posts on the Internet forums. However, if searching the available data sources does not provide reasonable explanation on the movement of shares on the stock market, the supervisory officer may decide to take further investigative steps, including contacting the company directly. [4]

### **3. "AUTOMATION" OF FINANCIAL SURVEILLANCE AND CROSS-MARKET SURVEILLANCE**

The largest number of alerts that signal the mentioned software are "false positive alerts," which are easily eliminated by analyzing information from the market. Very rarely happens that cases require extensive analysis. Often this depends on the nature, severity and international nature of the offense. In cases involving serious violations of the market integrity rules will be carried out detailed investigations and possibly filed a lawsuit. A group of authors (Milosavljevic, M, Delort, JY; Hachey, B; Arunasalam, B, Radford, W, and Curan, JR p. 1-5) [5] used an example of Australian stock market (Australian Securities Exchange ASX) to study the extent to which market information can be used to explain behaviors that trigger "alerts." Their research showed that about 29% of short-term warnings about the stock price changes could be explained by "revelations" that give the company (company announcements). The next 13% "warnings" are aligned with specific corporate news or messages from the exchange forums. Forums are places where market participants are publishing "inappropriate" content

and have a significant impact on financial markets. Analyzing the relationship between companies, in terms of influence coming from the sector and other forms of relations, noted the authors have successfully synchronized information with 99% of the warnings provided by the supervisory body. This means that the "warnings" are 100% accurate and timely. This further facilitates the establishment of the supervisory authorities of false positive alerts, the true positive alerts and detection of market manipulation that could not be detected based on inappropriate behavior of stock market participants. [5]

Researches (Cumming, D, Johan, S. p. 454-506) [6] show that most of the financial markets are focused on the individual market surveillance and a lack of experience and technology to properly conduct the cross monitoring. There is plenty of room for jurisdictions to expand their cross monitoring. Compared with cross-system monitoring, system of individual monitoring can be implemented at comparatively low costs. Many smaller exchanges do not have the resources to effectively carry out its own individual market surveillance (this requires the appropriate technology and a good knowledge of the market, effective regulation, strong political will, etc.). External surveillance providers offer outsourcing (even in other countries in relation to a country where the exchange is located) of full service control of individual standards at minimum cost. For example, the aforementioned SMART Group has installed a securities surveillance system on the stock market in many markets around the world.

Cross monitoring (including cross product, cross-market in the country and cross-border surveillance implies a much greater technical sophistication than simple market warnings on individual markets. External surveillance providers such as SMART group provides cross monitoring but these customized solutions are carried out at much higher prices due to the complex technology and the increased effort in supervision. In these cases, supervisors should coordinate monitoring in different markets monitored, which requires appropriate organizational alignment. Such coordination is further complicated by the protectionist policy arising from the own commercial interests of respective markets and related conflicts of jurisdiction for cross surveillance. In short, cross monitoring is much more expensive and complicated than the individual market surveillance.

### **RESUME**

Supervisory authorities around the world should try to make their actions more automate in the detection of manipulative actions or to minimize false positive alerts and maximize the true positive alerts. In addition, in order to better understand market developments and the behavior

of its actors is very important to be well-informed about their daily activities. The effectiveness of the monitoring system also depends on the degree to which market participants are informed about the activities of supervision.

The success of the monitoring system depends largely on the domain and jurisdiction of the supervisory bodies. Specifically, these bodies usually act on a contractual basis and do not have jurisdiction over the entities with which the participants are not previously signed the agreement on supervision. Inability to extend its investigation to other participants and markets impact that these bodies often depend on the good will of the competent judicial authorities so the factual state (evidence of illegal conduct) that supervisory boards provide them could be transformed into the appropriate legal remedies. Stock scammers know very well how to take advantage of this conflict. This led to the growing importance of cross monitoring, which, though much more expensive and complex, the only one can accompany transnational character of stock market transactions.

#### Reference:

1. Mangkornong, P; Rabhi, F.A: *Detecting Event Patterns in e-markets: A case Study in Financial Market Surveillance*, IADIS International Conference e-Commerce 2006, p. 112-119
2. Surveillance and Monitoring, A NASDAQ OMX Company, Available on Web site: <http://www.nasdaqomx.com/whatwedo/markettechnology/surveillancemonitoring/>, datum preuzimanja: 17/02/2012
3. Hampapur, A; Brown, L; Connell, J; Pankanti, S; Senior, A; Tian, Y: Smart Surveillance: Applications, Technologies and Implications, IEEE Pacific-Rim Conference On Multimedia, Singapore, Dec., 2003, pdf.
4. Williams, W. J: Envisioning financial disorder: financial surveillance and the securities industry, *Economy and Society*, Volume 38 Number 3 August 2009, 460-491
5. Milosavljevic, M; Delort, J-Y; Hachey, B; Arunasalam, B; Radford, W; and Curan, J. R: Automating Financial Surveillance, First International Conference, UC Media 2009, Venice, Italy, December 2009, 305-315
6. Cumming, D; Johan, S: Global market surveillance, [American Law and Economics Review](#), Vol. 10, Issue 2, pp. 454-506, 2008

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА СТРАТЕГИЧЕСКИХ РАЗРЫВОВ В ПРОЦЕССЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

**Зенкина И.В., канд. экон. наук, доц.**  
*Ростовский государственный экономический  
университет (РИНХ)*

В современных российских условиях на корпоративном уровне управления отмечается крайне недостаточный уровень применения инструментов стратегического анализа, позволяющих обеспечить стратегическую устойчивость и эффективность функционирования хозяйствующих субъектов в долгосрочной перспективе.

Одним из важнейших инструментов стратегического анализа, неотъемлемым элементом информационно-аналитического обеспечения стратегического управления, является анализ стратегических разрывов или GAP-анализ.

Анализ стратегических разрывов относится к современным технологиям сбалансированного управления и крайне актуален в решении приоритетных задач стратегического анализа. Он представляет собой эффективный инструмент оценки следования организацией выбранной стратегии, определения соответствия базовой стратегии изменяющимся условиям внешней и внутренней среды организации, корректировки стратегии и стратегических целей организации, оценки степени реализации стратегии и уровня достижения стратегических целей.

Стратегический разрыв представляет собой складывающееся в процессе стратегического управления организацией отклонение определяемого стратегическими целями желаемого состояния компании в долгосрочной перспективе от текущего состояния, а также желаемой траектории развития организации от ожидаемой или фактически складывающейся в ходе реализации стратегии.

Под стратегическим разрывом, как правило, подразумевают разрыв долгосрочный, для ликвидации которого требуется значительное количество времени и ресурсов.

«Неспособность организаций справиться с процессом перехода компании от состояния нынешнего в состояние желаемое является

одной из наиболее сложных управленческих задач, стоящих сегодня перед руководителями высшего звена» [2, с. 16].

Основные причины стратегического разрыва можно объединить в три взаимосвязанные и взаимодействующие группы:

1. Разрывы, возникающие по вине руководства;
2. Разрывы, связанные с организацией процессов планирования, бюджетирования, анализа, отчетности, прогнозирования и т.п.;
3. Разрывы, вызываемые применяемыми для поддержки указанных процессов информационными технологиями.

Важнейшими факторами и одновременно ограничениями, обязательно учитываемыми топ-менеджментом организации при принятии стратегических управленческих решений выступают имеющиеся у предприятия ресурсы, организационная структура, персонал и система управления предприятием. Если руководство хозяйствующего субъекта не предпринимает действенных мер, направленных на повышение внутреннего потенциала, и таким образом, на рост конкурентоспособности и стратегической финансовой устойчивости бизнеса, то возникновение стратегических разрывов становится неизбежным. Это связано с тем, что отсутствие развития бизнеса равнозначно его стагнации, и в современных условиях высоко динамичных, интенсивных изменений в бизнес-среде обуславливает невозможность не только реализации стратегических планов, но и сохранения предприятием достигнутого уровня.

В свою очередь, если топ-менеджмент организации, ориентированной на стратегию, ставит перед собой амбициозные, крайне напряженные относительно достигнутого положения стратегические цели, это также приводит к стратегическим разрывам. При этом практически возможен и такой вариант стратегического разрыва, когда действительные цели не соответствуют объективно необходимым целям развития компании в конкретных условиях хозяйствования, что не позволяет организации добиться желаемой стратегической позиции.

Причиной возникновения стратегических разрывов могут стать изменения во внешней бизнес-среде и внутреннем потенциале предприятия, не повлекшие адекватной корректировки базовой стратегии, соответствующих ей стратегических целей и описывающих их оценочных индикаторов.

Стратегические разрывы могут также наблюдаться в случае несоответствия стратегий отдельных сегментов бизнеса и подразделений общей стратегии организации, проявляющегося в

отсутствии корпоративного единства в постановке и реализации стратегических целей.

Таким образом, стратегические разрывы важно своевременно выявлять, диагностировать и принимать адекватные управленческие решения по их ликвидации и коррекции.

В связи с этим считаем возможным определить анализ стратегических разрывов как метод стратегического анализа, направленный на выявление характера, величины и существенности разрывов, а также факторов, обуславливающих их возникновение в ходе реализации стратегии компании; позволяющий генерировать управленческие инициативы по их преодолению и на этой основе обеспечивать максимально возможный уровень достижения стратегических целей организации.

«Анализ GAP можно назвать организационной атакой на разрыв (ликвидацию разрыва) между желаемой и прогнозируемой действительностью» [5, с. 147].

Анализ стратегических разрывов представляет собой систему аналитических процедур, позволяющих делать выводы относительно несоответствия текущего и желаемого положения компании, стратегических целей организации ее стратегическому потенциалу и стратегическому климату; базовой стратегии организации изменяющимся условиям внешней и внутренней среды. Этот анализ также позволяет выделить проблемные зоны, препятствующие развитию, оценить степень готовности компании к осуществлению перехода от текущего состояния к желаемому, а также наметить схему улучшений и обосновать детальную программу развития компании в желаемом направлении.

Методология анализа стратегических разрывов предполагает применение широкого диапазона методических приемов и способов. В частности, для оценки текущей позиции компании используются:

- методы чтения финансовых отчетов;
- классические методы экономического анализа;
- традиционные методы экономической статистики;
- математико-статистические методы изучения причинно-следственных связей (стохастический анализ), в том числе корреляционно-регрессионный анализ, современный многомерный факторный анализ;
- методы финансовых вычислений;
- метод динамических нормативов;

- методы маркетинговых исследований, в том числе экспертные интервью, построение карты восприятия, сопоставление профилей конкурентных брендов, кластерный анализ.

Определение желаемой стратегической позиции компании осуществляется с использованием следующих методических инструментов:

- «мозговая атака»;
- фокус-группа;
- экспертные интервью;
- кабинетные исследования, в том числе SWOT-анализ, контент-анализ.

Прогнозирование стратегических показателей производится на основе таких методических инструментов, как:

- PEST-анализ или TEMPLES-анализ;
- метод экспертных оценок, в том числе дельфийский метод, морфологический анализ;
- метод экстраполяции;
- экономико-математическое моделирование;
- методы теории принятия решений, в том числе метод построения дерева решений, анализ чувствительности;
- методы ситуационного анализа и прогнозирования, в том числе метод сценариев, имитационное моделирование.

В свою очередь наиболее важными инструментами идентификации и анализа стратегических разрывов являются:

- экспертные интервью;
- опросы персонала;
- тестирование, симуляции, эксперименты;
- кабинетные исследования на основе MOST-анализа, в том числе метод анализа силовых полей, «мозговой штурм»; а также
- математико-статистические методы изучения причинно-следственных связей (стохастический анализ), в том числе корреляционно-регрессионный анализ, современный многомерный факторный анализ и др.

Характеризуя современную методику анализа стратегических разрывов, по нашему мнению, можно выделить следующий развернутый перечень основных его этапов:

1. Идентификация и аналитическое обоснование приоритетных стратегических целей организации, а также их формализация в индикаторах стратегического планирования.

2. Согласование целей стратегий отдельных стратегических бизнес-единиц с генеральной стратегией компании.

3. Определение текущих значений стратегических показателей. Данный этап GAP-анализа позволяет идентифицировать достигнутое компанией положение с точки зрения стратегически важных показателей ее деятельности с тем, чтобы оценить существенность их отклонения от параметров, задаваемых стратегическими целями.

4. Определение прогнозных, максимально доступных, значений стратегических показателей. Прогнозирование текущего состояния компании на стратегическую перспективу осуществляется с помощью метода экспертных оценок или с применением математических прогнозных методов.

5. Установление разрывов между стратегическими целями и прогнозами и выяснение в процессе оценки существующих разрывов, насколько реалистичны цели и преодолимы ли разрывы.

6. Выбор критериев структурированного рассмотрения стратегических разрывов посредством факторного анализа. На данном этапе GAP-анализа производится декомпозиция общего разрыва на составляющие, соответствующие каждому значимому функциональному, отраслевому, территориальному и другим направлениям деятельности организации. На основе этого определяются группы возможных потребностей, оказывающих влияние на преодоление стратегического разрыва: организационных, управленческих, финансовых, производственных, логистических, маркетинговых, кадровых, инновационных и др.

7. Набор планов (инициатив) по достижению стратегических целей. Содержание этого этапа GAP-анализа составляет генерация идей по ликвидации стратегических разрывов и достижению стратегических целей организации посредством методов «мозгового штурма», опросов, анкетирования и др.

По результатам анализа стратегических разрывов топ-менеджментом организации, ориентированной на стратегию, по нашему мнению, могут быть реализованы следующие варианты управленческих решений:

- корректировка стратегии компании с целью повышения реалистичности достижения устанавливаемых ею стратегических целей;
- декомпозиция крупномасштабных стратегических целей организации на серию промежуточных целевых ориентиров, имеющих высокую вероятность поэтапного достижения;

- пролонгация предполагаемого периода реализации стратегии организации, позволяющая увеличить продолжительность позитивного воздействия всех групп ресурсов на достижение стратегических целей;
- генерация нового потенциала успеха организации на пути к достижению стратегических целей.

Таким образом, анализ стратегических разрывов представляет собой эффективный инструмент стратегического анализа, имеющий высокий потенциал применения в решении актуальных задач современного стратегического менеджмента, позволяющий генерировать действенные управленческие инициативы по преодолению разрывов и на этой основе обеспечивать воплощение стратегических планов и достижение стратегических целей организации.

#### **Список литературы:**

1. *Гершуун, А.* Технологии сбалансированного управления / А. Гершун, М. Горский // – 2-е изд., перераб. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006.
2. *Ковени, М.* Стратегический разрыв: технологии воплощения корпоративной стратегии в жизнь / М. Ковени, Д. Гэнстер, Б. Хартлен, Д. Кинг; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
3. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horvath & Partners; Пер. с нем. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблшерз, 2009.
4. Управление эффективностью бизнеса. Концепция Business Performance Management / Е.Ю. Духонин, Д.В. Исаев, Е.Л. Мостовой и др.; под ред. Г.В. Генса. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
5. *Фатхутдинов, Р. А.* Стратегический менеджмент: учебник / Фатхутдинов Р. А. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2004.
6. *Фольмут, Х. Й.* Инструменты контроллинга от А до Я: Пер. с нем./ Под ред. и с предисл. М.Л. Лукашевича и Е.Н. Тихоненковой. – М.: Финансы и статистика, 2003.

## УПРАВЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ ЖКХ

**Иванов К.А., аспирант**

*ФГ БОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»*

Сущность жилищно-коммунального хозяйства определяется теми функциями жизнеобеспечения населения, которые выполняют как жилищное, так и коммунальное хозяйство России и ее регионов.

Регион представляет собой сложное, стабилизированное по направлениям и во взаимодействиях с внешней средой многоотраслевое хозяйство, в котором решаются разнообразные социальные, экономические, инженерно-технические и организационные задачи, нацеленные на преобразование окружающей среды и максимально возможное удовлетворение запросов и нужд жителей<sup>1</sup>.

Инфраструктуру ЖКХ можно представить в виде взаимосвязанных между собой комплексов, каждый из которых необходим для обеспечения нормальной жизни в регионе. В их составе наряду с промышленным комплексом, комплексом объектов транспорта, комплексами объектов общественного питания, торговли, здравоохранения, культуры, спорта, образования и т.д. выделено жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ), которое является одним из наиболее важных элементов хозяйства региона. Его задача - обеспечение населения региона необходимыми условиями жизни, в том числе жильем и коммунальными услугами. Поэтому совершенно очевидно, что основу должно составлять жилищно-коммунальное хозяйство региона, главными целями функционирования и развития которого являются: обеспечение сохранности объектов жилого и нежилого фондов, водоснабжение и водоотведение, тепло-, энерго-, газоснабжение. Услуги, предоставляемые населению жилищно-коммунальным хозяйством, делятся на услуги индивидуального и общественного пользования. Первые предоставляются непосредственно каждому потребителю. Вторые заключаются в обслуживании мест общего пользования в многоквартирных домах, лифтового хозяйства, придомовых территорий, (уборка, сбор и вывоз отходов), территории муниципальных образований (уборка улиц, строительство, ремонт и уборка дорог, мостов и тротуаров, озеленение, уличное освещение,

---

<sup>1</sup> Чернышов Л.Н. Экономика городского хозяйства. - М., 1999. — С. 14.

утилизация и захоронение твердых бытовых отходов, перевозка транспортом, прачечные, ритуальные услуги).

Другими функциями (кроме главных, названных ранее) являются: разработка основных направлений перспективного развития ЖКХ, обеспечение его всеми видами ресурсов, проведение энергосберегающей политики;

- финансирование хозяйственной деятельности муниципальных предприятий ЖКХ;

- заключение контрактов с руководителями муниципальных предприятий;

- контроль за объемом и качеством предоставления жилищно-коммунальных услуг населению;

- проведение конкурсов на обслуживание и ремонт жилья, на право предоставления других жилищно-коммунальных услуг.

Жилищно-коммунальное хозяйство наряду с бытовым обслуживанием, транспортом, связью и т.п. относится к группе отраслей непроеизводственной сферы.

Рассмотрение содержания и роли предприятий ЖКХ в решении задач удовлетворения первичных потребностей населения региона позволило сделать следующие выводы:

- ЖКХ является многоотраслевой и многофункциональной системой, которая характеризуется разнообразием результатов труда, выступающих не в вещественной форме, а в форме услуги;

- большинство отраслей ЖКХ является естественными монополиями, что помимо рыночного и общественного регулирования хозяйственных процессов в этой сфере требует особой системы экономических инструментов их антимонопольного регулирования;

- критерием эффективности управления системой ЖКХ являются не столько конечные экономические результаты и показатели, сколько их качество, а также мера удовлетворения и насыщения потребностей людей коммунально-бытовыми благами;

- как экономические отношения, так и управленческие решения, которые должны быть дифференцированы по хозяйствующим и управляющим субъектам, имеющим разные экономические интересы и методы их реализации, носят много субъектный характер.

Однако отраслевая специфика ЖКХ далеко не исчерпывает его содержания как объекта управления и нуждается в дополнении этой специфики региональными характеристиками, связанными с размещением производительных сил, природно-климатическими условиями, спецификой региональных рынков и т.п. Все это

дополняется еще и тем, что основная работа по регулированию жилищно-коммунальных отношений и содержанию данных объектов перенесена на уровень местного самоуправления. В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 17 июля 1995 г. № 724 объекты социальной и инженерной инфраструктуры сельскохозяйственных организаций передавались в муниципальную собственность без дополнительных условий по их ремонту, практически при полном отсутствии производственной базы.

Переход российской экономики к рыночным формам хозяйствования не мог не привести к изменению места и роли традиционных методов управления, которые из глобально всеобщих превратились в локально ограниченные инструменты хозяйствования. Это касается, прежде всего, общего набора инструментов административно-командного управления, утративших свое безраздельное господство и право вторжения в практику рыночного хозяйствования. Однако это не только не привело к снижению значимости управления в системе экономических институтов общества, но, более того, способствовало его резкому взлету и значению в обеспечении динамики социально-экономического развития общества. Действительно, демонтаж централизованной системы управления с ее директивными планами, фондами, лимитами и т.п. сократил как сферу такого воздействия на субъекты хозяйственной деятельности, так и содержание этого воздействия. Централизованное планирование заменили прогнозы, программы, индикативные планы; фонды и механизмы распределения экономических ресурсов - многообразие товарных рынков и бирж с обращающимися на них материальными и нематериальными активами; лимиты - самофинансирование, кредитование, трансферты, субсидии и т.д.

Причиной этому явилось становление многообразия форм собственности и экономических интересов их субъектов, которые получили возможность выбора форм и методов управления в соответствии с избранной целью хозяйственной деятельности, имеющимися финансовыми возможностями, мерой готовности к рискам и возможностью эффективно использовать материальные и нематериальные активы.

Произошедшие перемены не могли не повлиять на стиль и методы хозяйствования на предприятиях и, в первую очередь, на управление ими. «В самом общем виде, - пишут О.С. Виханский и А.И. Наумов, - управление представляет определенный тип взаимодействия, существующий между двумя субъектами, один из которых в этом

взаимодействии находится в позиции субъекта управления, а второй - в позиции объекта управления. Данное взаимодействие характеризуется следующими моментами: субъект управления направляет объекту управления импульсы воздействия, которые содержат в себе в явном или неявном виде информацию относительно того, как должен функционировать в дальнейшем объект управления (регламентируются те аспекты функционирования объекта управления, которые входят в сферу управленческого воздействия субъекта управления). Данные импульсы будем называть управленческими командами»<sup>2</sup>.

Признание управления процессом взаимодействия двух субъектов, а также того, что это взаимодействие осуществляется посредством передачи импульсов от субъектов управления его объектам, следует дополнить рассмотрением технологии этой «передачи» и ее последствий. Интересную мысль в этой связи высказывает В. Граждан, по мнению которого «в результате воздействия формы одного предмета на форму другого происходит «перенесение» или «передача» содержания от первого ко второму. На основе переданного содержания и осуществляется управление теми преобразованиями, которые затем происходят в форме воспринимающего предмета... Воздействие содержания на форму обычно проявляется в выработке необходимого порядка, т.е. определенных шаблонов, направляющих конструкций или схем, в соответствии с которыми и преобразуется форма. Основные параметры этих шаблонов и схем навязываются, определенным образом задаются воздействующим предметом, но вырабатываются и реализуются они в воспринимающем предмете и именно через управленческую функцию содержания»<sup>3</sup>.

Другими словами, процесс управления представляет собой программирование субъектом управления всех тех изменений, которые желательны и должны произойти в форме деятельности управляемого объекта. При этом мы далеки от мысли, что программу одного объекта управления можно полностью перенести на другой объект. На самом деле управляющий объект может лишь повлиять на программу управляемого объекта, которая автономна и имеет собственную форму.

Потому всякий процесс управления есть не только взаимодействие двух субъектов, но и конкретных программ, их содержания и соответствующих этому содержанию форм внешнего проявления. Причем в процессе их взаимодействия субъект управления оказывает

---

<sup>2</sup> Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. - М.: Гардарика, 1998. - С. 25.

<sup>3</sup> Граждан В.Д. Деятельностная теория управления. - М.: РАГС, 1997. — С. 35.

лишь определяющее влияние на формирование системы управления, которая осуществляется в объекте управления, в силу чего и само управление «выступает как самоуправление — саморегуляция»<sup>4</sup>. Поэтому и мы хотим особо отметить, что управляющее воздействие со стороны всегда реализуется как внутреннее саморегулирование и самоуправление.

По мнению В. Кнорринга, «управление обеспечивает непрерывное и целенаправленное воздействие на управляемый объект, которым может быть технологическая установка, коллектив или отдельная личность. Управление есть процесс, а система управления - механизм, который обеспечивает этот процесс»<sup>5</sup>.

Приведенное определение интересно в том смысле, что, говоря об управлении, необходимо иметь в виду следующие обстоятельства.

Во-первых, управление - это всегда конкретная функция, поскольку связана с деятельностью людей, принимающих ответственные решения. И в этом смысле можно говорить об управлении «как функции».

Во-вторых, управление - это всегда люди, выполняющие руководящие работы в иерархической структуре производства. В этом смысле управленцы представляют интересы работодателей, и потому представляют в своем единстве управление «как институт».

В своем единстве эти две составляющие управления, а именно как функция и как институт, образуют управленческий потенциал, который может и должен быть использован в любой организации для достижения поставленных целей. Это обусловлено тем, что управленческий потенциал представляет собой «управленческий ресурс - ресурс, создаваемый в системе функциональной специализации - зависимости, выражаемой в оперативности, комплексности, логичности, технологичности, стратегичности, инновационности, адекватности поведения субъектов управления. Это ресурс управленческого профессионализма»<sup>6</sup>.

Последний, будучи мобилизованным управленческой командой, используется в конкретных формах или методах управления, которые в

---

<sup>4</sup> Афанасьев В.Т. Системность и общество. — М., 1980. - С. 208.

<sup>5</sup> Кнорринг В. Теория, практика и искусство управления. - М.: Норма-Инфра, 1999. - С. 29.

<sup>6</sup> Митрохин В.И. Управленческий ресурс социальной эффективности //

Актуальные проблемы усиления социальной направленности экономики России. - М., 1999. - С. 87.

своей основе задаются организационно-правовыми формами предприятий и лиц.

Под экономическим объектом управления понимают предприятия, организации, средства и факторы производства, элементы социальной сферы, характеризующиеся как объект, в котором сосредоточена или на который направлена экономическая деятельность, представляющие определенную сторону экономических интересов и отношений. Например, производственный, строительный, социальный объекты, объект собственности, финансирование объекта, создание объекта, ликвидация объекта, объект кредитования, объект страхования. Как объект управления, система ЖКХ обладает рядом как общих, так и специфических черт и особенностей.

Общие начала в системе ЖКХ состоят в том, что в ней объединены абсолютно разнообразные виды и продукты человеческого труда, выступающие в форме социально-экономических ресурсов, которые имеют стоимостные оценки, являются объектами присвоения-отчуждения, включены в гражданский оборот, являются объектами правового регулирования.

Специфические особенности функционирования отраслей ЖКХ состоят в том, что продукты их труда выступают в материальной и нематериальной формах услуги, как труда, выступающего в качестве деятельности. Именно это затрудняет правильность ее стоимостной оценки, четкую фиксацию исполнения и присвоения.

## **ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

**Иванцова М. В., ассистент,  
Павленко С. В., студент**

*Харьковский национальный автомобильно-дорожный  
университет*

На современном этапе развития экономики всё больше внимания уделяется повышению конкурентных возможностей предприятия. Многие предприятия в процессе постепенного развития и становления непрерывно развивают способность к конкуренции. Хозяйствующим субъектам для выживания непременно следует соблюдать требования рынка: удовлетворять потребность потребителей более качественно и по более приемлемой для них цене. Данное требование представляет стремление субъектов рыночного хозяйства овладеть вниманием покупателей и побудить их приобрести свой товар.

Для поддержания конкурентоспособности предприятию необходимы инновации. Без инновационной деятельности невозможно противостоять силам, изменяющим рыночные условия и активизирующим действия сил конкуренции.

По мере экономического развития общества значение инноваций все более возрастает и на современном этапе инновации становятся важнейшим инструментом конкурентной борьбы хозяйствующих субъектов на всех уровнях иерархии - от отдельных структурных единиц предприятий до стран и регионов в целом. Как известно, на протяжении долгого времени неоспоримым приоритетом развития многих стран было стремление к рыночной экономике. Сегодня «рыночные отношения» действительно развиты, а вот экономическое развитие – по-прежнему остаётся на неудовлетворительном уровне для достаточно обширного количества стран, в том числе и для СНГ. Теория «рынка» не всегда и не во всех случаях работает на практике и приносит позитивный эффект воздействия. Причиной этого является стечение многих факторов.

Кроме того, нельзя не принимать во внимание воздействие и последствия мирового кризиса, который пошатнул даже «экономически-благополучные» страны. Парадокс, но как оказалось, мировой кризис имеет и позитивные моменты. К примеру, когда речь идет о внедрении инновационных проектов, все чаще на первый план выходит наличие социального эффекта, а не экономической выгоды.

Грань между элементарными потребностями самого необходимого и желанием получить нечто усовершенствованное – практически отсутствует.

Основная проблема, с которой сталкивается производитель, заключается в следующем: усредненный современный потребитель имеет ограниченные финансовые возможности и обширный диапазон требований к товару, прежде всего к его качеству. А вот основная цель производителя остаётся неизменной – получение наибольшей выгоды в виде прибыли на фоне максимального снижения производственных затрат. Таким образом, усугубляется возможность пересечения интересов главных фигурантов «рынка».

Развития бизнеса требует повышения рентабельности производства и расширения ассортимента. Обе эти цели можно достичь, разрабатывая новые продукты. В процессе создания новинок существует множество подводных камней: нужно правильно организовать разработку, угадать с продуктом, провести тестирование и т.д. Именно в этом случае производителям необходимо применение инновационного маркетинга, как особого вида инновационной деятельности.

Инновационный маркетинг – это неотъемлемая часть управления современным предприятием. Проявление повышенного интереса к этому экономическому инструменту, в последнее время, безусловно вызвано увеличением роли нововведений в деятельности фирм.

Инновационный маркетинг – это деятельность на рынке нововведений, направленная на формирование или выявление спроса с целью максимального удовлетворения запросов и потребностей, что базируется на использовании новых идей относительно товаров, услуг и технологий, которые наилучшим образом содействуют достижению целей организации и отдельных исполнителей.

Известно, что маркетинг позволяет повысить результат от коммерциализации инноваций. Основная цель инновационного маркетинга – проведение исследований возможностей и конкурентоспособности предприятия с целью внедрения успешных инновационных проектов в определенных условиях. Задачи инновационного маркетинга могут иметь разную направленность в зависимости от этапа процесса инноваций.

Инновационный маркетинг объединяет в себе такие компоненты как:

- стратегия маркетинга;
- оперативный маркетинг;

– анализ рынка.

Среди представленных компонентов, на наш взгляд, основным является анализ рынка. Как известно, именно поведение субъектов рынка формируют показатели спроса, предложения и цены.

Первостепенной задачей подразделений маркетинга на начальном этапе поиска инновации должно выступать исследование рынка: уровня спроса и конкуренции, поведения покупателя и динамики его предпочтений, наличия конкурирующих продуктов и возможностей закрепления новинки на рынке.

Сегодня мы наблюдаем излишек предложения многих товаров, что объясняется наличием жесткой конкурентной борьбы производителей. В связи с этим следует отметить, что под инновацией сегодня необходимо понимать не только абсолютно новый продукт. Иногда для достижения основной цели достаточно лишь предоставить уже существующим товарам или услугам качественно нового уровня, то есть обновить, модернизировать их.

В связи с тем, что исследования могут быть достаточно затяжными, необходимо обязательно учитывать влияние внешних факторов, таких как:

- изменение конъюнктуры рынка,
- расширение потребностей населения,

По нашему мнению, под инновацией сегодня следует понимать процесс воплощения новации (реновации), что имеет целью улучшение экономического и (или) социального положения микро- или макроуровня, путем освоения нового или обновленного конкурентоспособного вида товаров (услуг). Акцентируем внимание на том, что основным является наличие именно позитивного экономического и (или) социального эффекта. Лишь такое толкование категории «инновация» отвечает современным тенденциям общественного развития.

Инновационность маркетинга выражается в постоянном поиске и иницировании постоянных изменений потребностей, в обновлении ассортимента, придании товарам новых черт и достижении новых уровней удовлетворения потребностей, в использовании новых форм коммуникаций, новых способов продаж и доставки. Такой поиск поощряется фактом, что все большее количество потребителей в мире отдают предпочтение качеству товаров и удобству их приобретения и потребления.

**Список литературы:**

1. *Кони́на, Н. Ю.* Маркетинг и конкурентные позиции ТНК / Н. Ю. Кони́на // *Маркетинг*. - 2009. - № 3. - С.3-14.
2. *Основы маркетинга.* / Ф. Котлер - М., издательство "Прогресс", 2000
3. [http://tourlib.net/books\\_tourism/novikov.htm](http://tourlib.net/books_tourism/novikov.htm)

# **БЮДЖЕТ СУБЪЕКТА ФЕДЕРАЦИИ – РОЛЬ, ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ПЛАНИРОВАНИЮ В РАМКАХ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ<sup>1</sup>**

**Истомина Н.А., канд. экон. наук, доц.,  
Одиноква Т.Д., канд. экон. наук, доц.**

*Уральский государственный экономический университет*

Федеративное устройство Российской Федерации, в частности, предполагает активное участие регионов в регулировании социально-экономических процессов, в обеспечении устойчивости функционирования государства в целом, в достижении согласованности и преемственности общегосударственных и территориальных приоритетов, целей и задач. Денежным фондом, обеспечивающим финансирование задач и функций органов государственной власти конкретного субъекта РФ, является региональный бюджет.

В стандартных экономических обстоятельствах бюджет субъекта Федерации формируется за счет налоговых и неналоговых доходов, межбюджетных трансфертов и используется для финансирования расходных обязательств региона. Традиционно основное направление использования средств регионального бюджета – это социальная сфера: образование, здравоохранение, социальное обеспечение, культура; заметную роль играют расходы на дорожное строительство, поддержку местных бюджетов.

Однако в условиях экономического кризиса и посткризисной стадии развития экономики – а именно эти состояния и представляют собой современные тенденции экономического развития – как в целом бюджетная система, так и региональные бюджеты претерпевают значительные трансформации. Невозможно просто финансировать по сложившейся схеме региональные потребности; недопустимо не оказывать влияние на состояние региональной экономики и социальной сферы; нельзя не видеть угроз повторения кризисных тенденций и не предпринимать усилия по заблаговременному созданию инструментов активного противодействия.

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках научно-исследовательской работы, финансируемой Министерством образования и науки РФ «Теория и методология функционирования бюджета субъекта Федерации» на 2012-2014 годы.

По мнению авторов, в современных условиях роль и значение бюджетов субъектов Федерации изменяются. В этой связи должны иметь место также трансформации подходов в бюджетном планировании на региональном уровне, вводиться новые требования, параметры, условия.

Рассмотрим основные положения по вопросу трансформации роли и значения региональных бюджетов, а также подходов в региональном бюджетном планировании в условиях современных тенденций экономического развития.

Во-первых, бюджеты субъектов Федерации рассматриваются как важный инструмент антикризисного восстановления экономики и социальной сферы субъектов Федерации.

С таким серьезным воздействием мировых экономических процессов на ситуацию в регионах и муниципальных образованиях, какое имело место в 2008-2010 годах, наша страна столкнулась впервые. До этого средства бюджетов (в том числе, региональных) в незначительном объеме направлялись в реальный сектор экономики, не было создано и финансовых резервов, аналогичных резервному фонду на федеральном уровне.

Влияние экономического кризиса на экономику регионов было значительным. Наиболее существенные потери в период кризиса 2008-2010 годов в нашей стране понесли территории, экономика которых была ориентирована на металлургию и машиностроение. Такие территории характеризовались ярко выраженными негативными тенденциями в экономике, прежде всего, снижением уровня ВРП, падением уровня заработной платы, сокращениями и увольнениями на предприятиях. Фактически, можно было говорить об утрате экономической устойчивости многими субъектами Федерации.

Безусловно, в прошедшие несколько лет (как и в настоящее время) регионы не располагали достаточным объемом финансовых ресурсов для качественного влияния на финансовое положение градообразующих предприятий, предприятий малого и среднего бизнеса (это обусловлено существующей системой нормативов разграничения налогов между бюджетами различных уровней). Тем не менее, средства региональных бюджетов в период 2008-2010 годов во многих регионах были направлены на поддержку предприятий, на дополнительные социальные выплаты (в рамках программ активного воздействия на уровень безработицы) и пр.

В процессе бюджетного планирования основной задачей было произвести правильные расчеты потребностей в финансовых ресурсах,

определить наиболее проблемные сектора региональной и муниципальной экономики, в которые прежде всего следовало направить средства финансовой поддержки.

Обратим также внимание на то, что в условиях экономического кризиса органы государственной власти субъектов РФ были вынуждены осуществить ряд мероприятий по оптимизации (а, точнее, сокращению) расходной части региональных бюджетов. На современном этапе в условиях стабилизации и роста объемов доходов региональных бюджетов важно учесть все негативные решения по сокращению расходов, которые были приняты в 2009-2010 годах и повлекли за собой ухудшение состояния социальной сферы территорий. Восстановление финансирования расходов по всем ключевым направлениям также является примером использования средств региональных бюджетов в целях антикризисного восстановления экономики и социальной сферы регионов.

Во-вторых, региональные бюджеты являются инструментом управления последствиями вероятных негативных вызовов мировой экономики (и потенциальной нестабильности экономической ситуации внутри страны).

До недавнего времени на уровне субъектов Федерации не разрабатывались мероприятия по управлению социально-экономическими процессами в условиях экономической нестабильности. Во многом это было связано с дефицитом средств в бюджетах регионов, необходимостью реализации большого количества социальных программ и экономических проектов. Ситуация экономического кризиса 2008-2010 годов наглядно продемонстрировала, что если определенным образом не готовиться активно воздействовать на последствия кризисных экономических явлений, то в экономике и социальной сфере регионов (при той или иной степени экономического кризиса) можно прогнозировать еще большее ухудшение ситуации, чем при определенной оптимизации расходов и изыскании возможностей для формирования финансовых резервов.

Подготовка к оперативному воздействию на негативные последствия экономических кризисов, в частности, предполагает формирование особых – резервных или стабилизационных – фондов в составе соответствующего бюджета или отдельно. Наиболее успешным опытом подобного рода является резервный фонд на федеральном уровне.

В рамках бюджетного законодательства субъектов РФ большинством регионов были приняты решения о формировании региональных резервных фондов. Такие фонды предназначены для использования на первоочередные расходы бюджета (прежде всего, на выплату заработной платы и социальных пособий) в условиях снижения доходов. Решение о формировании резервного фонда следует признать важным достижением региональной бюджетной политики.

Безусловно, средств резервного фонда конкретного субъекта РФ будет недостаточно для существенного воздействия на социально-экономическую ситуацию в период кризиса. Поэтому в рамках бюджетного планирования на региональном уровне следует выстроить последовательность приоритетов расходов и заранее определить те вопросы, на которые допустимо уменьшить бюджетное финансирование при сравнительно меньших социально-экономических потерях. Такой набор приоритетов позволил бы заранее оптимизировать финансовые процессы в тех субъектах – получателях средств регионального бюджета, которые будут отнесены к группе вероятного сокращения финансирования.

В-третьих, бюджеты субъектов Федерации вовлекаются в систему общенациональных мероприятий по диверсификации экономики монопрофильных территорий.

Монопрофильные муниципальные образования сформировались, в основном, в период СССР и являются наглядным примером принципа территориального размещения промышленности. Базу для той или иной отрасли формировала ресурсная база конкретной территории. Металлургические, добывающие предприятия в условиях существенного падения цен на их продукцию в период кризиса оказались не в состоянии обеспечить адекватную замену своему основному направлению деятельности. В результате – снижение уровня экономической активности, увольнения работников, скрытая безработица в муниципальном образовании, снижение объемов налоговых отчислений в бюджеты всех уровней. Среднесрочные перспективы таких предприятий и таких муниципальных образований являются крайне неопределенными.

В настоящее время в муниципальных образованиях, экономика которых ориентирована на одну отрасль или группу связанных отраслей промышленности, по инициативе органов местного самоуправления и по распоряжению органов государственной власти РФ, субъектов РФ разработаны комплексные инвестиционные планы (планы развития) на среднесрочную долгосрочную перспективу. Эти планы являются

важной новацией экономической политики, так как предполагают такое изменение экономики монопрофильных территорий, которое позволит в будущем избежать глобальных кризисов за счет диверсификации производств и видов деятельности. Главным недостатком таких программ является высокая стоимость запланированных к реализации мероприятий. Отсутствие же средств в необходимом объеме, очевидно, приведет к неполной реализации предусмотренных мероприятий и даже к их пересмотру в меньшую сторону.

В этой ситуации в расходную часть бюджетов субъектов Федерации на стадии бюджетного планирования включаются расходы, связанные с финансированием отдельных мероприятий комплексных планов развития муниципальных образований. Такие расходы предусматриваются как целевые субсидии или бюджетные инвестиции; также возможно включение некоторых проектов из комплексных планов развития муниципальных образований расходов в региональные целевые программы.

Принципиальным условием вовлечения средств региональных бюджетов в финансирование рассмотренных мероприятий является качественное планирование ожидаемых результатов от запланированных мероприятий. Важно обеспечить наглядное и обоснованное планирование непосредственных и конечных результатов по всем мероприятиям в целом и по мероприятиям, финансируемым за счет средств региональных бюджетов – в частности.

Следует обратить внимание на то, что реализация всех рассмотренных аспектов должна сопровождаться внесением изменений в бюджетное законодательство РФ. Наиболее острыми проблемами, сдерживающими развитие современных технологий бюджетного планирования и обеспечение большей эффективности использования ресурсов, являются отсутствие в бюджетном законодательстве блока вопросов планирования (бюджетирования), ориентированного на результат, и противоречивое толкование вопроса о сущности, сроках реализации и т.т.д. в требованиях к оценке эффективности региональных целевых программ. Кроме того, важно обеспечить преемственность изменений налогового законодательства, особенно в части источников доходов бюджетов субъектов Федерации.

Стабильность и устойчивость регионального развития – это задача, решение которой должно быть в значительной мере обеспечено усилиями самих регионов и средствами региональных бюджетов.

## **ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РОССИИ**

**Кажанова Е.Ю., ст. преп.**

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

С переходом к постиндустриальному обществу с социально – ориентированной экономикой стало очевидным, что инновационный путь развития невозможен без человеческого капитала (ЧК), так как именно этот ключевой ресурс способствует повышению конкурентоспособности, эффективности производства, экономическому росту и влияет на благосостояние экономики страны.

ЧК - особый вид капиталовложений, совокупность затрат на развитие воспроизводственного потенциала человека, повышение качества и улучшение функционирования рабочей силы, в состав объектов которого включают знания общеобразовательного и специального характера, навыки, накопленный опыт.

В связи с этим изучение проблем формирования и эффективного использования ЧК, а, главное, их решение, являются сегодня наиболее актуальными, а в структуре социально – экономических научных исследований – наиболее приоритетными. Так как развитие техники возможно только с помощью высококвалифицированной рабочей силы способной совершенствовать организацию производства и управлять технологическими процессами, так как в связи с повышением значимости непроекционной сферы в процессе создания добавленной стоимости возросла доля финансовых вложений в развитие трудовых ресурсов, человеческий потенциал стал рассматриваться как наиболее важный объект инвестиций.

В современных реалиях качество ЧК является важнейшим показателем, характеризующим уровень развития страны, следовательно, для обеспечения высокой конкурентоспособности национального человеческого потенциала, ЧК целесообразно регулярно в него инвестировать.

Инвестиции в человеческий капитал - это затраты, произведенные в социальной сфере в целях будущего увеличения производительности труда и способствующие росту будущих доходов как отдельных носителей капитала, так и общества в целом.

Россия, как и другие страны, признает приоритетность этого направления инвестиционных вложений, но, к сожалению, только на

уровне деклараций, а не на практике. Напротив, все развитые страны не ограничиваются провозглашением лидерства ЧК как объекта инвестирования, а максимально инвестируют в ЧК. Крупнейшие компании придают большое значение накоплению, прежде всего, человеческого, как самого ценного из всех видов капитала. Государство и население также не остаются в стороне от этого процесса. В итоге их общие инвестиции в образование, накопление профессионального опыта, охрану здоровья, географическую мобильность, поиск информации дают соответствующую отдачу в виде роста уровня благосостояния страны. А как обстоят дела с формированием ЧК в России?

Как известно, источниками формирования ЧК являются инвестиции основных макроэкономических субъектов: домашних хозяйств, государства, предпринимательского сектора. Проанализируем возможности инвестирования в отечественный человеческий потенциал каждого из этих экономических агентов.

Формирование и воспроизводство ЧК является основной функцией домохозяйства. Но чтобы ее выполнять недостаточно только желания, необходимы еще и возможности, которые у российских домохозяйств более чем скромные. Причина известна – низкие доходы. Но и усилия правительства явно недостаточны в плане оказания домохозяйствам реальной помощи в формировании ЧК. Об этом свидетельствует хотя бы наличие следующих обстоятельств, препятствующих его эффективной деятельности домохозяйств по инвестированию в ЧК:

- правительство РФ из-за несбалансированности государственного бюджета перенесло основную часть расходов на образование, здравоохранение, жильё, заботу о будущем поколении на домохозяйства;
- перед домохозяйствами возникла проблема выбора и рациональности потребительского поведения в связи с насыщением рынка потребительских товаров, финансового рынка, рынка труда и платных услуг, к решению которой они не готовы;
- отсутствие гарантий занятости, стабильности цен, резкое снижение уровня доходов большинства населения привело к ярко выраженной дифференциации доходов домохозяйств, а работники бюджетной сферы оказались за чертой бедности.

В результате основной целью домохозяйств стало выживание в условиях ограниченного дохода, а не максимизация полезности, в том числе и от собственного человеческого капитала, типичная для

развитых стран. Все это послужило причиной того, что на сегодняшний день российский сектор домохозяйств по своим показателям дохода и инвестиций в ЧК несравним с показателями домохозяйств развитых стран.

В последнее время ученые и политики сошлись во мнении, что экономический рост страны зависит от количества и качества государственных инвестиций в ЧК. Не вызывает сомнения, что государство с помощью реализации эффективной социально-экономической политики, направленной на приоритет финансирования здравоохранения, образования и культуры, обеспечение граждан жилищными условиями, может значительно повысить конкурентоспособность национального ЧК.

К сожалению, провозглашенная в Конституции РФ политика социального государства, направленная на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека, реализуется неэффективно. Только полная отмена неэффективных и не оправдавших себя реформ позволит нашей стране найти источники инвестиций для формирования ЧК, иначе проводимые правительством реформы в области занятости, образования, здравоохранения, пенсионного обеспечения, ЖКХ, поддержки материнства и детства могут лишить Россию национального человеческого потенциала.

«Фиаско» государства открывает возможности для формирования ЧК в негосударственном секторе экономики. Но здесь тоже наблюдаются отрицательные тенденции, так как финансовое положение российских компаний зависит от особенностей законодательной и нормативно-правовой базы РФ, дисбаланса спроса и предложения на рынке труда, а также неэффективной бюрократизированной модели российского корпоративного управления.

Все это провоцирует проблемы внутренней среды предприятия, ориентирует хозяйствующих субъектов на краткосрочное планирование, минимальную и краткосрочную прибыль, игнорирование долгосрочных целей развития фирмы и интересов потребителя, то есть стратегию выживания, что, как отмечалось выше, характерно и для домохозяйств. В такой ситуации реализация концепция эффективного формирования ЧК становится недостижимой для руководителей российских компаний.

В процессе формирования ЧК участвует также и неформальный институт - общество, которое, формирует культурный аспект поведения человека в виде ментальности, задающий стереотип экономического поведения, влияющий на все стороны человеческой жизнедеятельности.

Несмотря на существование положительных тенденций развития российского общества (стремление к получению образования, интерес к другим культурам, адаптивность, умение приспосабливаться к нестандартным ситуациям, креативность), для российской действительности характерны низкая эффективность деятельности формальных и традиционных неформальных институтов (хозяйственных связей, экономических структур, системы исполнения законов, морали, хозяйственной мотивации). Все это не может не отражаться на качестве процесса формирования ЧК

Насколько эффективно процесс формирования ЧК осуществляется в России, можно судить по данным, приведенным в таблице 1, составленной автором на основании материалов государственной статистики. [1,2,3]

Таблица 1

Состояние процесса формирования человеческого капитала в России (на февраль 2012 г.)

| Критерии и показатели оценки                                    |   | Значения   |
|---|---|------------|
| Критерии  | Показатели  |            |
| высшее профессиональное образование                             | Сокращение приёма в государственные и муниципальные образовательные учреждения высшего профессионального образования (тыс.чел.) | на 137,7   |
|   | Средняя стоимость получения высшего образования (тыс. \$)   | 1,7 – 12,0 |
| трудовая, предпринимательская и социальная активность населения | Численность экономически активного населения в возрасте 15-72 лет (чел.)  | 74741      |
|   | в % от общей численности населения  | 53%        |
|   | Занятые (чел.)  | 69917      |
|   | Безработные (чел.)  | 4824       |
|   | в % от общей численности населения  | 63,1%      |
|   | Уровень безработицы   | 6,5%       |
|   | среди молодежи в возрасте 15-24 лет   | 15,9%      |
|   | уровень безработицы среди городского населения  | 14,6%      |
| уровень безработицы среди сельского населения                   | 19,3%   |            |
|   | Доля безработных в связи с сокращением численности работников, ликвидацией организации или собственного дела                    | 19,1%      |

|  |  |                  |       |
|--|--|------------------|-------|
| инновационная деятельность                         | ИРЧП (индекс развития человеческого потенциала)                          | 0,755            |       |
| уровень культуры                                   | Доля в бюджете РФ расходов на культуру                                   | 2%               |       |
| качество жизни, соответствующее мировым стандартам | Место РФ в мире по уровню жизни населения                                | 65               |       |
|  | Предполагаемая при рождении продолжительность жизни м/ж (лет)            | 62/74            |       |
| заработная плата                                   | МРОТ (руб.)  | 4611             |       |
|  | Прожиточный минимум (руб.)   | 7023             |       |
| пенсионное обеспечение                             | Минимальная пенсия (руб.)  | 5000             |       |
| воспроизводство населения                          | размер пособия по уходу за ребёнком составляет до 1,5 лет (руб. в месяц) | 2326             |       |
| доступность и качество медицинской помощи          | Общие расходы на здравоохранение на душу населения (\$)                  | 1212             |       |
| эффективность государственного управления          | Уровень инфляции с начала 2012 г.  | 1,46%            |       |
|  | Уровень инфляции за 60 мес. (5 лет)                                      | 56,11 %          |       |
|  | Уровень застойной безработицы (год и более ищут работу)                  | сельские жители  | 40,1% |
|  |  | городские жители | 31,4% |
|  | численность безработных, не имеющих опыта трудовой деятельности          | 28,3%            |       |
|  | удельный вес теневой экономики в ВВП России (среднеотраслевое значение)  | 50%              |       |
|  | Место в мире по показателю ВВП на душу населения                         | 54               |       |
|  | Место РФ в мировом списке по потерям от теневой экономики                | 76               |       |

Подобные результаты свидетельствуют о необходимости серьезных преобразований в области формирования ЧК, которые должны стать приоритетным направлением политики нашего государства.

Эффективное формирование конкурентоспособного ЧК является важнейшей стратегической задачей правительства, так как создаёт благоприятные условия для успешного социально-экономического, научно-технологического и ресурсно-экологического функционирования и развития страны. Полагаем, что именно «ставка» на человеческий капитал, а не экспорт сырья, позволит России твердо встать на путь инновационного развития и занять достойное положение в мировой экономике.

**Список литературы:**

1. <http://www.gks.ru> (дата обращения: 10.04.2012 г.)
2. <http://www.who.int>
3. <http://statistika.ru/>

## **РЫНОК ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В УКРАИНЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Кизим А. А., ассистент,  
Никитина Ю. В., студент**

*Харьковский национальный автомобильно-дорожный  
университет*

С развитием цивилизации, техническим прогрессом, значительным ухудшением экологической ситуации, роль государства в обеспечении защиты здоровья населения постоянно растет.

Современное состояние общества характеризуется тенденциями увеличения численности больных людей на разнообразные заболевания и патологии, к которым приводят всевозможные экологические ситуации, промышленные аварии, и другие факторы. Обеспечение адекватной защиты населения и своевременное лечение является одним из важнейших заданий государственной политики в сфере медицины и фармакологии.

В результате этого, на фармацевтическом рынке появляется все больше многообразных препаратов, которые имеют общие показания, но отличаются по цене, побочным эффектам, скорости всасывания и тому подобное. Но каждый производитель препарата должен приложить максимум усилий для того, чтобы этот препарат имел те показатели продаж, на которые надеется производитель, инвестируя его разработку и производство [1].

Однако для эффективной реализации данных препаратов и донесения информации о них к потенциальным потребителям, нужна качественная система рекламы маркетинга и сбыта [2].

Проведение исследований рынка фармацевтической продукции необходимо для успешной реализации продукции и услуг именно в этой сфере промышленности. Вопрос – что производить, сколько производить, какие виды услуг предоставлять – находятся на первом месте для современных организаций. Поэтому анализ фармацевтической деятельности является одним из важнейших пунктов при общем исследовании организации.

Мировой и отечественный опыт относительно совершенствования линий производства и сбыта фармацевтической продукции демонстрирует возможность решения данных вопросов, что в конечном результате, обеспечивает постоянную линию маркетинга и сбыта препаратов [3].

Проблема ухудшения здоровья человека давно является предметом исследования не только ученых, но постоянно находится в центре внимания журналистов и представителей государственных органов. Поэтому главной тематикой работы является поиск путей совершенствования и повышения эффективности действия рынка фармацевтической продукции [4].

Для рассмотрения направления фармацевтического рынка в Украине существует необходимость рассмотреть рынок фармацевтической продукции отечественных производителей.

Современный маркетинг ставит перед фармацевтическими фирмами задания не только относительно создания и производства эффективных и безопасных лекарственных средств и установления на них доступных цен, но и поиска фирмой потенциальных потребителей для сбыта своей продукции. С этой целью фармацевтическими фирмами формируются разветвленные сети по продвижению и делению лекарственных средств. Основными тенденциями их развития являются:

- 1) организация представительств фармацевтических фирм;
- 2) предоставление первоочередного внимания информации о лекарственных средствах;
- 3) облегчение информационного доступа к целевым потребителям (врачей, провизоров, больных) [5].

При рассмотрении рынка сбыта фармацевтических препаратов следует сосредоточить внимание на проблемах, связанных с общей емкостью рынка и спецификой украинского спроса; жесткой ценовой конкуренцией между отечественными фирмами и успеваемостью избранной стратегий дистрибуции, продвижения товаров; импортных лекарственных средств и иностранного инвестирования; квалификацией персонала.

По данным Государственного комитета статистики, в 2009 г. частица медицинской и медико-биологической промышленности (туда входят и фармацевтические предприятия) в целом объеме отечественного производства составила 0,9 %. В сравненных ценах объем производства в отрасли составил 885 млн. грн. Прирост производства лечебных средств вырос относительно 2010 г. составил 6,5 % [6].

Вес дебиторской задолженности в общем объеме оборотных средств фармацевтических предприятий значительный и продолжает расти. Если в 2009 г. рентабельность производства лекарственных средств составляла в среднем 60 %, то в 2010 г. она упала до 46,7 %. В

результате роста ценовой конкуренции на фармацевтическом рынке отечественных производителей рентабельность продолжает снижаться.

По состоянию на 2010 г. рынок сбыта отечественных фармацевтических препаратов сократился практически до \$200 млн. в оптовых ценах. Тенденция к сокращению рынка наметилась после осеннего кризиса в 2008 г.

По данным Фармацевтической ассоциации Украины, лицензии на производство лекарственных средств имеют около 150 фирм, 108 из которых работают. Из 108 предприятий лишь 6 (5,6 %) – государственные. Частица их продукции в отрасли около 8 %, на украинском рынке – лекарственных средств 3 %. Соответственно 92 % объемов производства отрасли принадлежат частным предприятиям. Продукция пяти больших фармацевтических акционированных заводов – «Фармацевтическая фирма «Дарница», «Борщаговский ХФЗ», «Киевмедапарат», «Фармак» (все киевские), «Здоровье» (Харьков) – занимают больше чем пятую часть украинского рынка медикаментов в денежном измерении и почти треть (32 %) в натуральном.

В целом, отечественные лекарственные средства практически на порядок более дешевые от импортных (средневзвешенная розничная цена упаковки отечественного лекарственного средства – около \$ 0.35, импортного – \$2). Таким образом, заграничные и отечественные медикаменты находятся в разных ценовых нишах [7].

Ассортимент отечественных предприятий насчитывает около 1400 фармацевтических фирм, производство многих из которых дублируется (около 20 фирм). Не смотря на широкий ассортимент, много жизненно необходимых препаратов, таких как гормональные, диуретические, антигистаминные, гипотензивные, антиритмичные, педиатрические лекарственные средства, а также вакцины в Украине практически не производятся. Чаще всего дублируются препараты не новые, а те, что применялись в медицине десятки лет, среди них: спирт этиловый медицинский, «зеленка», «йод», настой валерианы, шиповника, перекись водорода и тому подобное.

На сегодняшний, в сфере регистрации препаратов относительно малых фирм предъявленные требования, аналогичные большим заводам, затягивают эквивалентный регистрационный сбор (1000 евро за 1 препарат). Подобный груз не вмоготу малой фирме, и, как результат, она вынужденная сокращать свой ассортимент, объемы производства и продажи, количество рабочих мест. Несложно прогнозировать быстрое вытеснение малых фармацевтических фирм из рынка медпрепаратов [8].

Еще одной негативной тенденцией является экономическая неоправданность введения новых продуктов на украинский рынок фармацевтических препаратов через сокращение реального спроса и емкости рынка. Производителям компаний значительно проще сосредоточить свои усилия на экономически выгодных известных товарах (лекарственных средств, которые находятся на третьей фазе жизненного цикла товара, и не нуждаются в особенных расходах).

Наша страна в сравнении с высокоразвитыми странами мира имеет достаточно высокий рейтинг в обеспечении трудовыми ресурсами и научным потенциалом, последние являются ведущими факторами в формировании конкурентоспособного рынка фармацевтики в частности.

Для решения вышеприведенных проблем нужно выполнить следующие шаги:

- обеспечение достаточного количества оборотных средств путем активного эмитирования, привлечения иностранных инвестиций;
- налаживание регуляции процедуры регистрации новых лекарственных средств и сбалансирования размеров государственного сбора за эту процедуру; как следствие увеличения ассортимента продукции на рынке и поддержка малого бизнеса;
- совершенствование системы взаиморасчетов между операторами на рынке;
- активизация маркетинговых мероприятий, повышения квалификации управленческого персонала отрасли.

Следовательно, предпосылкой для внедрения конкурентной стратегии отрасли в условиях открытой экономики есть совершенствования и стабилизации нормативно-правового поля относительно производства и реализации фармацевтической продукции. Поскольку, основным ограничением объема украинского рынка – низкая платежеспособность населения, следует улучшить основные показатели функционирования экономики на макроэкономическом уровне.

Глубинный качественный анализ этих вопросов дает возможность разработать рекомендации, направленные на оптимизацию рынка фармацевтической продукции и последующему ее развитию.

#### **Список литературы:**

1. *Сорочинска, В. Є.* Організація роботи соціального педагога : навч. посібник / В.Є.Сорочинска – К.: Кондор, 2009. -208,с.

2. *Напреенко, О. К.* Психиатрия : учебник / О. К. Напреенко, И. И. Влох, О. З. Голубков [за ред. О. К. Напреенка]. – Киев: Здоровье, 2005. - 584 с.
3. Иллюстрированный Медицинский Словарь Дорланда: Украинское издание / Ред.: Павел Джуль, Борис Зименковский. – Львов: Наутилус, 2003 -Том 2: М-Z. -2003. -XXV, С. 1355-2687 с.
4. *Гельдер, М.* Оксфордске управление из психиатрии / М.Гельдер, Д. Гэт, Р. Мейо – Киев: Сфера, 1999. - Т. 2. - 435 с.
5. *Витенко, І. С.* Изменения психики, проблема медицинской психологии / І.С. Витенко - Практическая психология и социальная работа. -2000. -№ 4 . - С. 31-32
6. *Попов, Н. В.* Философия и методология научно-методического познания. / Н.В. Попов– К.: НМУ, 2002. – 3 ч.
7. *Кокун, О. М.* / О.М. Кокун - Практическая психология и социальная работа. -2004. -№ 10. - С. 10-11.
8. Введение в социальную работу : Учебное пособие. -К.: Феникс, 2001. -285 с.

## **МОДЕРНИЗАЦИЯ КАК ПРИОРИТЕТ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Кильдибекова З.Р., ст. преп.,  
Нуриахметов А.Р.**

*Бакирский государственный университет*

Разрабатывая экономическую стратегию, государству необходимо определить, какой тип расширенного воспроизводства целесообразно избрать для лучшего использования производственных возможностей и более полного удовлетворения общественных потребностей.

Как известно, при экстенсивном экономическом росте, увеличение объемов производства происходит за счет наращивания основного капитала (фондов), рабочей силы, материальных затрат (природного сырья, материалов, энергоносителей).

Такой рост производства – самый простой и исторически первый путь наращивания объема благ. Ему присущи свои как достоинства, так и недостатки. Это наиболее легкий путь повышения темпов хозяйственного развития, с его помощью ускоряется освоение природных ресурсов, а также удается сравнительно быстро сократить или ликвидировать безработицу.

Одним из серьезных недостатков является технический застой, при котором увеличение выпуска продукции не сопровождается технико-экономическим прогрессом.

Экстенсивное развитие экономики предполагает наличие в стране достаточного количества трудовых и природных ресурсов, за счет которых могут увеличиваться масштабы экономики. Однако при этом неизбежно ухудшаются условия воспроизводства. В результате экономический рост начинает носить все более затратный характер.

Долговременная ориентация на преимущественно экстенсивный путь роста выпуска продукции приводит к тому, что в национальном хозяйстве возникают кризисные ситуации, связанные с нехваткой тех или иных ресурсов.

Выход из таких затруднений может дать интенсивный экономический рост, основным фактором которого являются инновации, которые не могут воплотиться в жизнь без инвестиции.

Интенсивное расширенное воспроизводство обладает рядом особенностей. Это более прогрессивный тип экономического роста. Ведь решающую роль в подъеме эффективности вещественных условий производства начинает играть новый «мотор» - достижения науки и

техники. В связи с этим в обществе развивается производство научно-технической информации, которая, в конечном счете, воплощается в более эффективные средства производства. Одновременно система образования, подготовки и переподготовки кадров обеспечивает повышение культурно-технического уровня работников, а тем самым достигается увеличение их выработки.

Как экстенсивный тип экономического роста, интенсивный имеет свои плюсы и минусы. Несомненным достоинством интенсивного увеличения производства является то, что оно преодолевает преграды экономического роста, порожденные ограниченностью естественных ресурсов, совершенствуются технологии производства, повышается качество основных факторов производства.

Однако, основным недостатком интенсивного типа расширенного воспроизводства является то, что научно-технический прогресс может вызывать массовую безработицу.

Поскольку потребность в переходе к политике высокотехнологичного накопления и воспроизводства стала для России безотлагательной и жизненно важной, анализ социально-экономического положения должен служить в первую очередь выработке, обоснованию и отстаиванию именно такой хозяйственной политики.

Выдающийся английский экономист Д. Кейнс утверждал, что роль государства может быть не только регулирующей, а в определенные моменты (периоды) определяющей. Как показывает исторический опыт, перевод бывших советских республик к рыночной экономике, либерализация хозяйственной деятельности при слабости государственных институтов создают благоприятную почву для произвола со стороны государственных органов, чиновников, а тем самым и для коррупции.

По мнению большинства специалистов, экономическому чуду в новых индустриальных странах способствовала главным образом активная экономическая политика государства. Эффективность и стабильность властной вертикали важны в любой ситуации, но в периоды социально-политических и экономических преобразований особо значимы. В России на протяжении 1990-х гг. социально-экономические преобразования осуществлялись в условиях абсолютного противостояния различных противоборствующих сил и заинтересованных групп при одновременном резком ослаблении власти государства. Именно слабость институтов власти стала одной из

главных причин глубокого системного, структурного кризиса экономики России, продолжавшегося в течение этого периода.

В настоящее время основная проблема, мешающая становлению условий инновационного хозяйствования, заключается прежде всего в слабости политики государства по поддержке промышленного производства.

Одной из основных причин утраты Россией позиций на мировом и внутреннем рынках наукоемкой продукции стали отсутствие концептуальной государственной политики в сфере интеллектуальной собственности и инновационной деятельности, обвальное снижение инвестиций в науку, фактическая ликвидация отраслевой науки, разрушение связей науки с производством. В стране пока еще сохраняется некоторый уникальный научно-технический и образовательный потенциал, однако эффективность его практического использования для создания национальной инновационной системы крайне низка.

Из государственного сектора выведено более 30% научных организаций, часть которых относилась к головным и аккумулировала результаты научно-технической деятельности в соответствующих отраслях экономики. По экспертным оценкам Роспатента, с начала 1990-х гг. до 2010 г. в России произошел спад количества поданных заявок на изобретения почти в 60 раз.

В то же время на долю новых технологий в развитых государствах мира приходится до 85% прироста ВВП. Объем мирового рынка наукоемкой продукции превысил 12, 6 трлн. долл. До 36% этой суммы приходится на США, 30 - на Японию, 9, 5 - на Германию, 6% - на Китай. Доля России - лишь 0, 3%. Причем, на 2010 год, удельный вес наукоемкой продукции в общем объеме российского экспорта не превышает 1, 5-2% , к примеру, в 1990 г. эта цифра равнялась 23%.

Правительству, в сложившейся ситуации, необходимо решить следующие задачи:

- сократить долю поставок сырья и увеличить экспорт готовой продукции, так как более 80 % национального экспорта России приходится на поставки минерального сырья и полуфабрикатов (нефти, газа, необработанных алмазов, алюминия, никеля, азотных удобрений, проката черных металлов);

- развивать производство инновационных технологий, повысить конкурентоспособность этой отрасли и вывести ее на передовой уровень, так как Россия ежегодно экспортирует высокотехнологичной продукции на сумму около 3 млрд. дол., или в пять раз меньше, чем

Таиланд, и в 10 раз меньше, чем Китай, доля России в мировом экспорте информационного оборудования составляет 0,04 % (а Китая – 7,1 %, то есть в 178 раз больше);

- сократить экспорт необходимой для собственной экономики продукции, а также увеличить вывоз готовой продукции, эти меры необходимы потому что Россия экспортирует 60 % добытой нефти, 35 % добытого природного газа; 90 % меди, 97 % никеля, 98 % алюминия, а также 90 % минеральных удобрений, в результате чего в стране не обеспечена продовольственная безопасность (Россия ежегодно закупает более 50 % продовольственной продукции на сумму свыше 30 млрд. дол.);

- необходимо отчуждение от экспортоориентированной экономики, так как неблагоприятные цены на ресурсы на мировом рынке могут привести к неприятным для страны последствиям.

Таким образом, России необходимо модернизировать производственные мощности, повысить конкурентоспособность продукции отечественных товаропроизводителей. Обеспечить увеличение ВВП без соответствующего промышленного подъема не представляется возможным, а также необходимо проведение адекватной экономической политики, направленной на сокращение национальных издержек, т.е. сокращение удельного веса государственных расходов в ВВП, обеспечение бездефицитного бюджета, отказ от внешних и внутренних заимствований и т.д.

Необходимо помнить, что специфическая особенность трансформации старых, сложившихся методов и механизмов воспроизводства на базе новейшей технологии в новые парадигмы и системы формирования инновационной экономики определяется формами взаимодействия всех элементов процесса с системой экономических циклов. Отсутствие такого взаимодействия нарушает целостность системы и приводит к торможению экономического роста, нарастанию неэффективных решений и действий, отставанию в развитии этих элементов, чаще всего в социально значимой инфраструктуре и в наукоемких производствах и отраслях.

Инновации становятся предметом государственной политики и государственного регулирования, и прежде всего в части выработки и осуществления интеграции науки, производства и укрепления инновационного национального потенциала, объектов интеллектуальной собственности. Развивая наукоемкие технологии, не следует забывать, что технологический бизнес не только наиболее прибыльный, но и во многом закрытый в промышленных структурах

Запада, учитывая, что такие технологии - прорыв на мировом рынке разделения труда, товаров и услуг, главный фактор конкурентоспособности корпораций и государства. Нельзя не учитывать, что за последние 10-20 лет в развитых странах темпы роста наукоемких отраслей значительно опережают темпы по промышленности в целом (за исключением кризисных лет).

Таким образом, возрастающая функция государства в инновационной деятельности становится в то же время и определяющим фактором динамики воспроизводства нового типа, укрепления технологической базы качественной реструктуризации и развития производства, создания современной технологической базы корпоративного сектора народного хозяйства как условия формирования передовой, высокотехнологичной и эффективной инновационно-индустриальной экономики.

#### **Список литературы:**

1. *Булатова, А. С.* Экономика: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. д-ра экон. наук проф. А.С. Булатова. – М.: Юристъ, 2002. – 896 с.
2. *Иванченко, В.* Инновационно - структурированное воспроизводство и государство / В. Иванченко, В. Иванченко // Экономист. – 2010. – № 1. – С. 30-38.
3. *Кучуков, Р.* Модернизация экономики: проблемы, задачи/ Р. Кучуков // Экономист. - 2010. - № 1. - С. 20-29

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ НАУКОЕМКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ И СТРАНАХ БЛИЖНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ - КИТАЕ, ИНДИИ, ЯПОНИИ**

**Ковалева Ю.В., магистрант**

*Сибирский государственный аэрокосмический университет  
имени академика М.Ф. Решетнева*

Радикальные преобразования в экономике России объективно влекут за собой необходимость развития методологии и инструментария планирования и управления технико-экономическими системами и крупномасштабными научно-техническими программами и проектами в новых условиях хозяйствования. Приоритетное развитие современных наукоемких отраслей, являющихся базой экономического роста, выдвигает жесткие требования к построению кадровой политики наукоемких предприятий, что должно способствовать обеспечению таких предприятий квалифицированным персоналом, нацеленным на реализацию существующих у предприятия целей.

В нашей стране проблемы создания высоких технологий и использования накопленного научно-технического, производственного, интеллектуального и кадрового потенциала длительное время решались не самым эффективным образом, результатом чего стало технологическое отставание по ряду определяющих направлений развития науки и техники (электроника, биотехнологии и др.). Таким образом, эти проблемы, будучи актуальными всегда, приобрели особую значимость в настоящее время, когда Россия стоит перед историческим выбором стратегии своего развития на многие десятилетия вперед [1, с. 17].

Наиболее ценным для этого является обращение к опыту построения и развития наукоемких предприятий стран, которые смогли стремительно развить наукоемкий сектор экономики – Китай, Индия, Япония.

На протяжении последних двух десятилетий мы все являемся свидетелями постоянно возрастающей мощи экономики Китая. На сегодняшний день Китай является одной из наиболее быстро развивающихся экономик в мире. Уже в 2004 г. КНР вышла на шестое место в мире по объему валового внутреннего продукта (ВВП), и ее доля в объеме мирового ВВП составила 3,4%. В последние годы по этому показателю Китай обошел Италию и стремительно догоняет

такие экономически развитые страны как Франция и Великобритания. В соответствии с планом развития народного хозяйства КНР до 2050 г. среднегодовые темпы роста ВВП должны составить 7,5% до 2010 г., 6,5% — до 2020 г., 5,5% — до 2030 г., 4,5% — до 2040 г. и 3,5% — до 2050 г. В этом случае нетрудно подсчитать, что в 2020 г. объем ВВП составит 4,178 трлн. долл., а в 2050 г. этот показатель достигнет 15,634 трлн. долл. вперед [6, с. 52].

Одной из наиболее значительных тенденций последнего времени в мировой экономике является появление Китая среди стран, занимающих лидирующие позиции на мировом рынке высоких технологий. В начале XXI века экономика Китая является одной из наиболее динамично развивающихся, а процесс формирования базы современных наукоемких и высокотехнологичных производств является приоритетным направлением проводимой государством политики. В течение последних десятилетий наблюдается устойчивая тенденция увеличения доли высокотехнологичной продукции в общем объеме производимой продукции КНР. С началом проведения экономической реформы развитие современных технологий стало приоритетным направлением, что в значительной степени способствовало экономическому росту на протяжении двух последних десятилетий. Развитие наукоемких и высокотехнологичных производств в Китае выступает в качестве важнейшего фактора повышения международной конкурентоспособности китайской экономики.

Быстрое развитие Китая в области наукоемких и высокотехнологичных производств было достигнуто в значительной степени за счет инвестиционного сотрудничества с крупнейшими мировыми производителями высокотехнологичной продукции. Однако не следует забывать, что этот процесс был тщательно спланирован, направлялся и контролировался руководством КНР.

Успешная инновационная деятельность Китая базируется во многом на разработке и внедрении программ по развитию сети технопарков и бизнес-инкубаторов, специальных зон освоения новых и высоких технологий, способствующих бурному росту малых инновационных предприятий в этой стране. Так, в настоящее время в Китае насчитывается 120 зон освоения новых инновационных технологий, из которых 53 государственного назначения вперед [6, с. 55].

Следует отметить, что система управления на предприятиях Китая представляет собой процесс формирования системы параметров (индикаторов), характеризующих состояние и развитие экономики

страны и соответствующих государственной социально-экономической политике, а также установление мер государственного воздействия на протекание социальных и экономических процессов с целью достижения заданных параметров.

Внутри компаний реализуется активная кадровая политика, которая заключается в активном привлечении новых работников, а также в больших тратах на их подготовку. На дальнейшее обучение и переподготовку работников тратится значительная часть рабочего времени и значительные суммы денег. При этом корпорация стремится удержать работников, например, гарантируя им пожизненную занятость.

Обратимся к опыту Индии, которая выдвинула амбициозную задачу войти в число ведущих держав мира. Достаточно высокие темпы социально-экономического развития, обеспечившие улучшение жизни значительной части более чем миллиардного населения, стали фундаментальными достижениями индийского общества и государства. Интенсивный рост наукоемких отраслей заложил основу конкурентных преимуществ и в других сферах.

В экономике Индии сформированы сектора инновационной системы мирового (или сопоставимого с мировым) уровня, – автомобильная промышленность, информационные технологии, коммуникации, фармацевтика, а также атомная энергетика, космическая отрасль. В стране действуют 45 технопарков, которые в совокупности производят 80% экспортируемой продукции ИТ-сферы. Кроме того, благодаря принятым мерам государственной поддержки индийских информационных технологий, на Индию приходится 65% мирового рынка аутсорсинга – так, более 300 транснациональных корпораций перевели в нее свои подразделения по разработке компьютерных программ. Такая привлекательность для иностранного бизнеса связана с высокой квалификацией индийских ИТ-специалистов с одновременной дешевизной их труда – зарплаты аналогичных работников в США оказываются в среднем в 6 раз выше [9, с. 76].

Кадровая политика наукоемких предприятий Индии направлена на подбор специалистов, обладающих техническими знаниями и их специализацию внутри компании. При этом при работе над новыми проектами сотрудник может повысить квалификацию, если это требует проект.

Япония наших дней является одним из признанных флагманов мирового экономического процесса. Среди характерных особенностей ее экономики – высокая инновационная активность, энергичное

обновление производственного аппарата, непрерывное совершенствование качества продукции. В результате растут материальное благосостояние и культурный уровень японского общества, повышается международный авторитет Японии как создателя значительных общецивилизационных ценностей, укрепляется чувство национального достоинства японцев. Япония располагает хорошо отлаженной производственной системой и высокоразвитой научно-технической сферой. Этому способствует и сформировавшаяся здесь высокая культура взаимоотношений государства и бизнеса. Государственные структуры постоянно вырабатывают ориентиры и рекомендации для предпринимателей и посредством целого ряда стимулирующих мер, нацеливают их на наиболее эффективные и перспективные виды деятельности, иначе говоря, задают им инновационные приоритеты. В Японии вопросы совершенствования национальной научно-технической политики находятся в самом центре внимания правительства. Обоснованный выбор приоритетов, их своевременная корректировка и продуманность мер по их реализации в экономике и социальной сфере обеспечивают огромный вклад в развитие страны и способствуют повышению ее роли в общемировых процессах [4, с. 412].

Япония потеснила США на глобальных рынках и быстро превратилась в одну из ведущих мировых держав благодаря наличию эффективного механизма коммерциализации технологий, благодаря своей более совершенной инновационной способности. Суть современной концепции механизма коммерциализации технологий заключается в том, что передача технологий из науки в промышленность может быть эффективной лишь при активном сотрудничестве всех субъектов инновационной деятельности (ученых, разработчиков, инвесторов, предпринимателей, государственной власти и потребителей) и полной реализации разработчиком и изобретателем права интеллектуальной собственности.

Главной отличительной чертой японской системы управления персоналом наукоемкой организации является задача – обеспечить максимальное эффективное взаимодействие всех этапов инновационного процесса – НИОКР, производства, сбыта и маркетинга.

Эти этапы организованы так, чтобы на протяжении всех стадий создания продукции обеспечить активную генерацию, отбор и быстрое распространение идей и их успешное применение в продукции. Это достигается за счет присущего японским компаниям уникального принципа создания организационного знания, под которым понимается

способность компании как единого целого создавать новые знания, распространять по всей организации и воплощать в продукции, услугах и системах.

Для обеспечения успешного функционирования такого механизма применяется система управления персоналом, основными элементами которой являются постоянная ротация кадров и важность личного контакта, известного как принцип «знаю-кто» - что означает установление и поддержание личного контакта между исследователями, инженерами-разработчиками и руководителями бизнес-групп, с тем, чтобы технические знания и рабочие навыки распространялись по всей организации.

Абсолютно естественно, что при формировании кадровой политики отечественные наукоемкие предприятия идут своим путем, но анализ опыта построения аналогичных систем в наукоемких организациях стран, сделавших существенный рывок в развитии может быть очень полезен, поскольку помогает понять не только принцип построения кадровой политики самого наукоемкого предприятия, но и проанализировать такие составляющие внешней среды наукоемкого сектора, которые необходимо формировать для его активного развития [5, с. 100]. К элементам этой внешней среды относятся система образования, государственная поддержка наукоемкого сектора, внешнеэкономическая политика по развитию наукоемких производств и еще многие другие компоненты, которые могут обеспечить интенсивное развитие наукоемкого сектора страны.

#### **Список литературы:**

1. *Багриновский, К. А.* Наукоемкий сектор экономики России: состояние и особенности развития / К. А. Багриновский, М. А. Бендиков, И. Э. Фролов, Е. Ю. Хрусталева // – Автореф. дис. канд. техн. наук. – М., 2011. – 21 с.
2. *Багриновский, К. А.* Стратегия развития наукоёмких производств как фактор ресурсосбережения / К. А. Багриновский, М. А. Бендиков, Е. Ю. Хрусталева // - М.: ЦЭМИ РАН, 1999.
3. *Вачнадзе, А. М.* Азия и Россия. – М: Коринф, 2001 г. – 636 с.
4. *Конно, Т.* Стратегия и структура японских предприятий. М.: Прогресс, 2007. – 351 с.
5. *Митытов, Е.* Восточно-азиатская интеграция: плюсы и минусы для России // Мировая экономика и международные отношения. – 2011. – № 10. – С. 99-101.
6. *Михеев, В.* Китай: новые компоненты стратегии развития // Мировая экономика и международные отношения. – 2011. – № 7. – С. 48-57.

7. Сивальнева, Н.Н., Швеков А.В. Управление персоналом как элемент системы конкурентных преимуществ организации // Управление персоналом. – 2010. - №22. – С.17-21.
8. Федорцев Д.В. Россия и «китайский синдром» 21 века // ЭКО. – 2010. – № 10. – С. 134-140.
9. Фрулов С.К. Инновационный потенциал стран БРИК: Индия // Экономика зарубежом. – 2011. – №8. – С.74-83

## АНАЛИЗ УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ С УЧЕТОМ НАЛОГОВОЙ РЕФОРМЫ

Колупаева И.В., канд. экон. наук,  
Семенец А.А., канд. экон. наук

*Харьковский торгово-экономический институт КНТЭУ*

**Постановка проблемы.** Одним из основных заданий украинской экономики во время экономического кризиса является поддержка развития предпринимательской деятельности. Развитие малого и среднего бизнеса способствует созданию условий для позитивных структурных изменений в экономике Украины. Упрощенная система налогообложения имеет свои особенности, но за последнее время она претерпела ряд изменений. Реализация реформы упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности сегодня является одним из наиболее дискуссионных вопросов среди финансистов и аналитиков в области налогообложения. Поэтому анализ упрощенной системы налогообложения является актуальным.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросам анализа упрощенной системы налогообложения посвящены работы ученых и специалистов-практиков: О. Квасницы, О. Покатаевой, Д. Циплюк, Ю. Иванова, Р. Хомяк, З. Скибинской, и других.

**Изложение основного материала.** В таблице 1 кратко представим информацию об эволюции упрощенной системы налогообложения в Украине, которая формируется на основании следующих нормативно-правовых актов:

1. Указ Президента Украины «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности субъектов малого предпринимательства» 3.07.1998 г. № 727/98 (далее - Указ № 727/98).
2. Закон Украины «О сборе и учете единого взноса на общеобязательное социальное страхование» от 08.07.2010 № 2464-VI [2].

Данные таблицы 1 были рассчитаны исходя из минимальной и максимальной ставки единого налога, и при условии, что физическое лицо-предприниматель не использует наемный труд.

С 1 января 2012 года были введены новые правила налогообложения упрощенной системы в соответствии с принятым Законом Украины «О внесении изменений в Налоговый кодекс Украины и некоторые другие законодательные акты Украины об

упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности» от 04.11.11 г. № 4014-VI (далее Закон № 4014) [1].

Законом № 4014 определены новые нормы по налогообложению лиц, избравших упрощенную систему налогообложения. Так, лица которые выбрали единый налог распределяются на четыре группы, из которых три группы - физические лица, четвертая группа - юридические лица.

Таблица 1 - Эволюция упрощенной системы налогообложения в Украине

| <i>С 1998 по 8.07.2010 г.</i>          |   | <i>С 8.07.2010 г. по 1.01.2011 г.</i>           |  | <i>3 1.01.2011 г. по 1.01. 2012 г</i>           |  |
|--|---|---|--|---|--|
| при ставке 20 грн.                     | при ставке 200 грн.                     | при ставке 20 грн. по состоянию на 1.12.2010 г. | при ставке 200 грн. по состоянию на 1.12.2010 г. | при ставке 20 грн. по состоянию на 1.05.2011 г. | при ставке 200 грн. по состоянию на 1.05.2011 г. |
| 8,6 грн. в бюджет                      | 86 грн. в бюджет                        | 8,6 грн. в бюджет                               | 86 грн. в бюджет                                 | 8,6 грн. сумма единого налога                   | 86 грн. сумма единого налога                     |
| 3 грн. в фонды социального страхования | 30 грн. в фонды социального страхования | 3 грн. в фонды социального страхования          | 30 грн. в фонды социального страхования          |   |  |
| 8,4 грн. в Пенсионный фонд             | 84 грн. в Пенсионный фонд               | 306,1 грн. (8,4+297,7) в Пенсионный фонд        | 306,10 грн. (84+222,1) в Пенсионный фонд         | Единый социальный взнос 333,12 грн.             |  |
| <i>Мин 20 грн.</i>                     | <i>МАХ 200 грн.</i>                     | <i>Мин 317,7 грн.</i>                           | <i>МАХ 422,1 грн.</i>                            | <i>Мин 341,72 грн.</i>                          | <i>МАХ 419,12 грн. до 14400 грн.</i>             |

Особенности налогообложения каждой группы определяется следующими факторами: объемом дохода, полученного в течение календарного года и численностью работников, которые находятся в трудовых отношениях с лицом-предпринимателем.

В таблице 2 приведена краткая характеристика размера новых ставок единого налога с учетом определенных выше факторов.

Таблица 2 – Характеристика ставок единого налога по группам плательщиков налога

| Группа плательщиков единого налога | Критерии (показатели)                    |   | Размер ставки единого налога  |
|------------------------------------|--|---|---|
|                                    | Объем дохода в течение календарного года | Численность наемных работников  |   |
| I группа                           | не превышает 150 тыс. грн.               | не используют труд наемных лиц  | в пределах от 1 до 10 % размера минимальной заработной платы, установленной законом на 1 января налогового (отчетного) года * |
| II группа                          | не превышает 1 млн. грн.                 | не используют труд наемных лиц или количество лиц, состоящих с ними в трудовых отношениях, одновременно не превышает 10 человек | в пределах от 2 до 20% размера минимальной заработной платы, установленной законом на 1 января налогового (отчетного) года *  |
| III группа                         | не превышает 3 млн. грн.                 | не используют труд наемных лиц или количество лиц, состоящих с ними в трудовых отношениях, одновременно не превышает 20 человек | 3 % дохода - у случае уплаты НДС  |
| IV группа                          | не превышает 5 млн. грн.                 | среднесписочная численность работников не превышает 50 человек  | 5% дохода - в случае включения НДС в состав единого налога  |

Проанализировав нормы Закона № 4014, к преимуществам применения упрощенной системы налогообложения лицами, на наш взгляд, можно отнести следующие основные:

- увеличение количества наемных работников до 20 человек по сравнению с 10 лицами, как было до введения норм Закона № 4014;
- повышение предельного объема дохода, при котором возможно применение предпринимателями - физическими лицами упрощенной системы налогообложения до 3 млн. грн. (до 2012 года - 500 000 грн.), а юридическим – до 5 млн. грн. (до 1.01.2012 года - 1000000 грн.);
- увеличение налогового (отчетного) периода к календарному году для плательщиков единого налога I и II группы (до 2012 года - календарный квартал);
- освобождение плательщиков единого налога I и II групп, которые не используют труд наемных лиц, от уплаты единого налога в

течение одного календарного месяца в год при следующих условиях: на время отпуска, на период болезни, подтвержденной копией листка нетрудоспособности;

- плательщики единого налога не будут платить дополнительно 50% единого налога за каждого наемного работника, как это было ранее. Это уменьшает налоговую нагрузку налогоплательщика;

- определено право предоставления уточняющей налоговой декларации, что не было предусмотрено ранее для лиц, избравших упрощенную систему налогообложения и другие.

Однако, среди определенных положительных особенностей реформы упрощенной системы налогообложения имеют место и недостатки, которые могут негативно влиять на деятельность субъектов хозяйствования, и, как следствие, снижение налоговых поступлений в бюджет. К таким недостаткам, на наш взгляд, можно отнести следующие:

1. Осталось обязательство уплачивать единый социальный взнос в соответствии с Законом Украины «О сборе и учете единого взноса на общеобязательное государственное социальное страхование» от 08.07.2010 № 2464-VI [2]. Именно размер единого социального взноса значительно увеличивает налоговую нагрузку плательщиков единого налога. Именно из-за значительной налоговой нагрузки, которая повысилась в 2011 году почти вдвое, в январе-марте 2011 года количество созданных физических лиц - предпринимателей в Украине сократилось на 30% по отношению к январю-марту 2010 года. В то же время, закрыть свой бизнес решили на 36% больше физических лиц, чем в аналогичном периоде 2010 года [3].

2. Право быть плательщиками налога на добавленную стоимость имеют только лица-плательщики единого налога, которые имеют ставку 3% от дохода и отвечают определенным требованиям.

3. Согласно нормам Закона № 4014 уплата единого налога должна быть проведена накануне, если последний день приходится на выходной, праздник, нерабочий день (т.е. перенос не предусмотрен).

5. Плательщики единого налога должны обязательно платить дополнительные налоги. Такие, как: плата за пользование недрами, сбор за специальное использование воды, сбор за специальное использование лесных ресурсов (ранее было предусмотрено освобождение от этих налогов).

6. Законом № 4014 также предусмотрены ограничения по применению упрощенной системы налогообложения по определенным видам деятельности. Однако, однозначно отнести данные нормы к

отрицательным характеристикам нельзя, поскольку рентабельные виды деятельности, которые также, в большинстве случаев, имеют значительный размер дохода и большой штат сотрудников, должны работать по общим правилам.

**Выводы.** Проанализировав вышеизложенное, можно сделать вывод, что нормы принятого Закона № 4014 в целом улучшают нынешнее положение субъектов хозяйствования, которые избрали упрощенную систему налогообложения. Таким образом, главная цель данной системы налогообложения, - упрощение ведения учета и налогообложения - достигнута, поскольку действительно учтены негативные стороны и действующие нормы упрощают ведение учета и организацию бизнес-процессов.

#### **Список литературы:**

1. Закон Украины «О внесении изменений в Налоговый кодекс Украины и некоторые другие законодательные акты Украины об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности» от 04.11.11 г. № 4014-VI. – Официальный сайт Верховной Рады Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
2. Закон Украины «О сборе и учете единого взноса на общеобязательное социальное страхование» от 08.07.2010 № 2464-VI, с изменениями и дополнениями. – Официальный сайт Верховной Рады Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
3. Материалы официального сайта Государственной налоговой администрации Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sta.gov.ua>.

## ФАКТОРИНГ И ФОРФЕЙТИНГ КАК ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЕМ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

Костенко Ю.А., канд. техн. наук, доц.  
Лазарева И.Ю., студент  
*Харьковский национальный автомобильно-  
дорожный университет*

**Постановка проблемы.** В процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности у предприятий постоянно возникает необходимость в проведении расчетов с другими предприятиями, бюджетом, представителями финансовой сферы. В процессе реализации продукции предприятия обычно не получают оплату немедленно, соответственно кредитуют покупателей. Поэтому с момента отгрузки продукции до момента получения платежей средства предприятия отвлекаются в дебиторскую задолженность (ДБЗ).

Положение (Стандарт) бухгалтерского учета (П(С)БУ) № 10 «Дебиторская задолженность» определяет дебиторскую задолженность как сумму задолженности дебиторов на определенную дату [1].

По данным Госслужбы статистики [2] (табл. 1) размер ДБЗ предприятий в 2008-20011 гг. постоянно растет. При этом удельный вес ДБЗ в оборотных активах предприятий находится на достаточно высоком уровне (более 60 %).

Таблица 1

| Показатель                                  | Значение по годам (состоянием на конец года) |         |         |            |
|---|--|---------|---------|------------|
|   | 2008   | 2009    | 2010    | 3 кв. 2011 |
| Дебиторская задолженность (ДБЗ), млн. грн.  | 1023035                                      | 1217896 | 1374810 | 9777227    |
| Оборотные активы, млн. грн.                 | 1665320                                      | 1893929 | 2229892 | 15591333   |
| Валовой внутренний продукт (ВВП), млн. грн. | 948056                                       | 913345  | 1082569 | 952517     |
| Удельный вес ДБЗ в оборотных активах        | 61,4%  | 64,3%   | 61,7%   | 62,7%      |
| Отношение ДБЗ к ВВП                         | 107,9%                                       | 133,3%  | 127,0%  | -          |

Высокий уровень ДБЗ между предприятиями Украины по отношению к валовому внутреннему продукту (более 100 % за последние годы) характеризует неэффективность сложившейся системы управления дебиторской задолженностью.

В политике управления дебиторской задолженностью одним из главных этапов рассматривают процесс ее реструктуризации. Реструктуризация дебиторской задолженности может происходить в процессе ряда действий и этапов. Если рассматривать мероприятия относительно повышения ее ликвидности, тогда целесообразно применять рефинансирование дебиторской задолженности. Рефинансирование дебиторской задолженности являет собой систему финансовых операций, которые обеспечивают ускоренную трансформацию дебиторской задолженности в денежные активы [3]. Среди основных форм рефинансирования дебиторской задолженности имеют место факторинг, форфейтинг и учет векселей.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Теоретические и методические аспекты исследуемой в статье проблемы в освещались в трудах зарубежных и отечественных ученых Балабанова И.Т., Бланка И.А., Ван Хорна Дж. К., Ковалева В.В., Поляк Г.Б., Савчука В.П., Хенка С., Хувера К., Швец И.Б., Шохина Е.И. Шпаргало Г.Е и др. Эти исследования являются весомым вкладом как в теорию, так и в практику управления дебиторской задолженностью. В то же время проблема использования факторинга и форфейтинга в процессе управления дебиторской задолженностью украинских предприятий требуют дальнейшего развития и обобщения.

**Целью статьи** является определение основных направлений использования факторинга и форфейтинга в процессе формирования системы управлением дебиторской задолженностью.

**Изложение основного материала исследования.** Зарождение и формирование украинского рынка факторинга приходится на 2001 год. Первым банком, который начал оказывать услуги по факторинговым операциям, был АКБ «Укрсоцбанк». Со временем технологию факторинга поддержал и ввел АКБ «ТАС-Коммерцбанк», начав активную экспансию рынка. Однако в момент становления рынка факторинга в Украине была отсутствующей необходима нормативная, теоретическая и практическая база, не было подготовленного кадрового потенциала, а технология факторинга была основана на разработках русских коллег. С 2006 года факторинговые операции начинает проводить АО «Государственный Экспортно-импортный банк». Однако, операции в основном проводились с текущими клиентами банка,

которые активно пользовались кредитными услугами, таким образом заменяя кредит факторингом. Кроме банков, факторинг предоставляют другие финансовые учреждения [4]. По данным [5] в Украине количество субъектов имеющих право осуществлять факторинговые операции выросло с 28 в 2006 г. до 99 в 2011 г., а объем договоров факторинга вырос с 429,1 млн.грн. в 2006 г. до 6407,9 млн.грн. в 2010 г.

Понятие и предмет договора факторинга четко определены в Гражданском и Хозяйственном Кодексах Украины. Согласно ст. 1077 Гражданского Кодекса договор факторинга - это договор, согласно которого одна сторона (фактор) передает или обязывается передать денежные средства в распоряжение второй стороны (клиента) за плату, а клиент уступает или обязывается уступить фактору свое право денежного требования к третьему лицу (должнику) [6]. Согласно ст. 350 Хозяйственного Кодекса факторинг - это приобретение банком права требования в денежной форме из поставки товаров или предоставления услуг с принятием риска выполнения такого требования и прием платежей [7].

Основные преимущества факторинга следующие: возможность значительного увеличения объемов поставок и доли рынка, и соответственно и прибыли; возможность планирования своих финансовых ресурсов без учета платежной дисциплины покупателей; возможность осуществлять закупку товаров со скидкой благодаря наличию оборотных средств; улучшение делового имиджа и платежеспособности благодаря возможности осуществлять своевременные расчеты со своими кредиторами.

Основной недостаток факторинга в том, что его использование обходится предприятию дороже, чем привлечение кредита. Факторинговая комиссия представляет собой общую плату за комплексную услугу и в общем случае складывается из следующих составляющих:

- сбор за обработку документов;
- собственно факторинговая комиссия;
- проценты за использование денежных средств, предоставленных банком клиенту сразу после отгрузки товара и получения от него товарно-транспортных документов.

Основой возникновения форфейтинга были операции «а-форфе» (переуступка прав), которые появились в 50-х годах XX ст. Появление форфейтинга было предопределено определенным несовершенством соглашений «а – форфе», данное обстоятельство не удовлетворяло

постоянно растущий спрос на международные кредиты. Швейцария, которая традиционно считается значительным банковским центром и имеет многолетний опыт в финансировании международной торговли, стала одним из основателей первых рынков форфейтинга [8].

Форфейтинг (от фр. *forfait* - отказ от прав) - это покупка долга, выраженного в обратном документе (переводный или простой вексель) у кредитора на безвозвратной основе. Это значит, что покупатель долга (форфейтер) принимает на себя обязательство об отказе (форфейтинг) от своего права на обращение регрессивного требования к кредитору в случае невозможности получения долга из должника. То есть покупатель этих требований берет на себя коммерческие риски, связанные с неплатежеспособностью импортеров, без права регресса этих документов на бывшего владельца. Форфейтер не имеет прав подавать любые претензии к экспортеру в случае неплатежа импортера, а также берет на себя фактически все виды риска, а экспортер отвечает лишь за правовые аспекты требований, например, за соответствие товара условиям договора. Покупка обратного документа осуществляется обычно со скидкой [9].

Форфейтинг применяется:

– финансовых операциях - с целью быстрой реализации долгосрочных финансовых обязательств;

– в экспортных операциях - для содействия поступления наличности экспортеру, который предоставил кредит зарубежному покупателю.

Форфейтинг имеет следующие преимущества [10]: уменьшение уровня кредитного риска; минимизация валютных рисков; минимизация риска изменения процентных ставок; улучшение ликвидности.

Недостатками форфейтинга являются: большая стоимость данной услуги по сравнению с обычным краткосрочным кредитом; величина дисконтной ставки зависит от кредитоспособности должника, наличия кредитного обеспечения.

Форфейтинг по своей сущности объединяет элементы факторинга, однако имеет существенные преимущества по сравнению с последним, главным из которых является то, что форфейтер берет на себя все риски, связанные с финансовыми операциями. Кроме того, его привлекательность увеличивается в связи с отказом в некоторых странах от фиксированных процентных ставок в оплате за импортированный товар, увеличением политических рисков [11].

**Выводы.** Необходимо отметить, что использование в системе управления дебиторской задолженностью украинских предприятий

факторинга и форфейтинга является достаточно целесообразным. Однако, если использование факторинга получило определенное развитие, то форфейтинга является «Тerra Incognita» для большинства предприятий. Использование факторинга и форфейтинга требует затрат, которые однако позволяют сократить дебиторскую задолженность, а следовательно повысить эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

#### Список литературы:

1. Положение (стандарт) бухгалтерского учета № 10 «Дебиторская задолженность», утверждено Приказом Министерства финансов Украины 08.10. 1999 г. № 237 [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0725> - 99.
2. Официальный сайт Государственной службы статистики Украины [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / Бланк И.А. Т.2 – К.: Ника-Центр. – 1999. – 592 с.
4. Шпаргало Г.Є., Наконечна Н.В. Факторингові операції в Україні: проблеми та перспективи [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2009\\_640/31.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2009_640/31.pdf)
5. Официальный сайт Государственной комиссии по регулированию рынков финансовых услуг Украины [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.dfp.gov.ua/731.html>
6. Гражданский Кодекс Украины [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
7. Хозяйственный Кодекс Украины [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
8. Характеристика форфейтингу як форми експортного фінансування / Г.Є. Шпаргало // Науковий вісник НЛТУ України. : зб. наук.-техн. праць. – Львів : Вид-во НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.12 – С. 287-292.
9. Форфейтинг: проблемы и перспективы / Т.Н. Поддубная // Вісник Хмельницького національного університету : зб. наук.-техн. праць. – Хмельницький : Вид-во Хмельницького НУ. – 2009. – № 5. – С. 132-134.
10. Фінансові аспекти зовнішньоекономічних операцій / Т.П. Басюк // Економіка. Фінанси. Право / . – 2007. – №6 . – С.20-24.
11. Аналіз форм і методів управління дебіторською заборгованістю у складі оперативних фінансових активів корпорації / Т.Е. Белялов // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 9 (51). – С. 30-36.

## ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА IPO В УКРАИНЕ

Костенко Ю.А., канд. техн. наук, доц.,  
Спесивец К.В., студент  
*Харьковский национальный автомобильно-  
дорожный университет*

**Постановка проблемы.** Процесс интеграции Украины в мировую экономику содействует тому, что все больше украинских предприятий стали использовать на практике разнообразные инструменты финансирования своей деятельности. Наиболее чаще используемыми способами привлечения дополнительного финансирования являются банковский кредит и выпуск облигаций. Однако эти способы финансирования имеют определенные недостатки, а именно: платность, возвратность и обычно краткосрочность. Поэтому не случайно предприятия ищут долгосрочные и альтернативные источники финансирования. Одним из вариантов альтернативного финансирования является первичное публичное размещение акций (Initial Public Offering, IPO).

IPO – одна из форм привлечения дополнительного финансирования путем предложения ценных бумаг эмитента для реализации широкому кругу инвесторов имеющих выход на биржевой рынок [1]. Удачно проведенные IPO (способные обеспечить ликвидность вторичных торгов) не только обеспечивают финансовыми ресурсами предприятия, повышают их имидж и рыночную стоимость, но и являются важным рычагом влияния на развитие украинского фондового рынка.

**Анализ последних исследований, в которых рассматривается решение проблемы.** Первое размещение акций украинского предприятия было осуществлено относительно недавно в 2005 г. на Лондонской альтернативной бирже [2]. Необходимо отметить, что проблематика IPO нашла свое отражение в многих исследованиях как иностранных так и отечественных ученых: Дж. Риттера, Дж. Аркебауэра, Ш. Корвина, Ф. Корнелли, М. Бреннана, В. Гейца, В. Зарубы, С. Илляшенка, Н. Костенко, Р. Задорожной, Й. Бланка, О. Озаряна и других ученых-экономистов. Однако некоторые аспекты этой научной проблемы, с учетом специфики экономического развития постсоветских государств, остаются не полностью раскрытыми.

**Целью статьи** является выявление основных тенденций развития рынка IPO Украины в современных экономических условиях.

**Изложение основного материала исследования.** Впервые ценные бумаги акционерных обществ были предложены на бирже в начале XVII века частным инвесторам в Англии и Голландии. Настоящий расцвет классических IPO пришелся на середину XIX века, когда зародилось «грондерство» (массовая организация акционерных обществ, которая сопровождалась широкой эмиссией ценных бумаг (акций и облигаций), а также биржевыми спекуляциями). Современная история IPO берет свое начало с 70-х годов XX века, после либерализации мирового финансового рынка [3].

Рекордным, для мирового рынка IPO, оказался 1999 г. когда во время быстрого развития IT – технологий на рынок вышли около 200 компаний, которые привлекли приблизительно 200 \$ млрд. [4]. Динамика количества и объемов IPO на международном рынке капитала за последние 7 лет приведены в таблице 1.

Таблица 1

| Годы        | Объемы IPO, \$ млрд. | Количество размещений, шт. | Объемы IPO на одно размещение, \$ млн. |
|-------------|----------------------|----------------------------|--|
| 2005        | 164,76               | 1069                       | 154,13                                 |
| 2006        | 257,34               | 1327                       | 193,93                                 |
| 2007        | 308,66               | 1566                       | 197,10                                 |
| 2008        | 84,6                 | 508                        | 166,54                                 |
| 2009        | 113,9                | 517                        | 220,31                                 |
| 2010        | 147,3                | 737                        | 199,86                                 |
| 9 мес. 2011 | 137,4                | 722                        | 190,30                                 |
| Всего       | 1213,96              | 6446                       | 188,33                                 |

Источник: данные Thomson Reuters [5].

Как видно из данных приведенных в таблице 1 объемы IPO на одно размещение находятся в одних пределах и не превышают 200 \$ млн. Необходимо отметить, что мировой финансовый кризис в 3 раза уменьшил количество участников размещений (с 1566 в 2007 г. до 508 в 2008 г.). Однако суммы привлеченных средств на 1 размещение практически не изменились.

Как отмечалось выше украинские предприятия вышли на рынок IPO в 2005 г. за последние 7 лет (табл. 2) украинские предприятия осуществили 53 размещения IPO и привлекли почти 4,1 \$ млрд. С учетом IPO иностранных компаний, которые имеют бизнес в Украине и привлекали средства непосредственно для его развития, количество IPO достигает 70[6].

Таблица 2

| Годы  | Объемы IPO, \$ млн. | Количество размещений, шт. | Объемы IPO на одно размещение, \$ млн. |
|-------|---------------------|----------------------------|--|
| 2005  | 209                 | 5                          | 41,80                                  |
| 2006  | 246                 | 7                          | 35,14                                  |
| 2007  | 1744                | 18                         | 96,89                                  |
| 2008  | 1046                | 10                         | 104,60                                 |
| 2009  | 17                  | 2                          | 8,50                                   |
| 2010  | 433                 | 5                          | 86,60                                  |
| 2011  | 419                 | 6                          | 69,83                                  |
| Всего | 4114                | 53                         | 77,62                                  |

Источник: [7].

Как видно из данных приведенных в таблице 2 объемы IPO на одно размещение существенно отличаются от общемировой практики (в среднем за 7 лет – 77,62 \$ млн.).

Все размещения состоялись на 5 биржах: Франкфуртская, Лондонская, Лондонская альтернативная, Венская, Варшавская. География размещения существенно изменилась, если в 2005-2008 гг. основными площадками были Франкфурт, Лондон и Вена, то в последние годы это Варшава [7].

Необходимо отметить, что в последние годы изменилась отраслевая принадлежность украинских предприятий участвующих в IPO. Так в 2005-2008 гг. в основном в IPO участвовали представители строительной, машиностроительной, энергетической отраслей и банковского сектора, то в последние годы основными игроками стали предприятия агропромышленного комплекса и пищевой промышленности [8].

Украинское законодательство содержит ряд ограничений, которые препятствуют размещению акций украинских эмитентов за пределами Украины. Эти ограничения связаны с набором положений акционерного законодательства, которое определяет, что акции украинских эмитентов должны быть номинированы в национальной валюте, и содержит ряд положений, касающихся преимущественного права акционеров, и т.д. Кроме этого, валютное законодательство Украины абсолютно непривлекательно, и для размещения ценных бумаг за пределами Украины требуется разрешение ГКЦБФР. Учитывая данные проблемы и сложности, в Украине до сих пор не было осуществлено ни одного

прямого выхода украинских эмитентов на IPO в иностранных юрисдикциях. Соответственно, возникает вопрос выбора юрисдикции для проведения IPO украинскими эмитентами. Среди возможных способов выхода на зарубежные фондовые рынки украинскими эмитентами: выпуск глобальных депозитарных расписок или американских депозитарных расписок, создание холдинговой компании, контролирующей украинского эмитента акций де-факто, а также применение альтернативных структур выхода на публичные фондовые рынки (процедуры обратного поглощения), которые применяются при выходе на фондовые рынки США [9].

Для проведения IPO необходимо придерживаться определенного алгоритма. IPO — процесс небыстрый. Это объясняется его сложностью и точностью реализации. Общий срок подготовки к выпуску до фактического размещения акций может занять полтора-два года в зависимости от степени готовности эмитента к IPO. Основными этапами проведения IPO являются: принятие решения о проведении IPO; подготовка эмитента к IPO (наличие сформированной системы корпоративного управления, понятной инвесторам структуры активов и денежных потоков, а также прозрачность для инвесторов и раскрытия всех существенных фактов своей деятельности (в частности, ведение бухгалтерской отчетности в соответствии с международными стандартами); выбор андеррайтера, аудитора, юридического и финансового консультантов; разработка проспекта эмиссии; проведение due diligence (юридической и финансовой экспертиз); выбор площадки проведения IPO; непосредственное проведение IPO.

К основным недостатками в процессе проведения IPO можно отнести: высокие затраты, длительность процесса во времени, потеря определенного контроля над компанией, обязанности компании, связанные с публичным статусом [10]

**Выводы.** В качестве основных тенденций рынка IPO в Украине можно отнести следующее:

- IPO целесообразно проводить ориентируясь на зарубежных инвесторов;
- средняя величина одного размещения не превышает 80 \$ млн.;
- в качестве места размещения целесообразно рассматривать европейские биржи, наиболее подходящей является Варшавская фондовая биржа;
- для выхода на иностранные фондовые рынки украинским эмитентам целесообразно создавать холдинговую компанию,

контролирующей украинского де-факто эмитента акций, он является менее обременительным и менее затратным вариантом выхода на IPO по сравнению с выпуском депозитарных расписок или применением процедуры обратного поглощения;

– процесс распространения практики IPO в Украине сдерживается целым рядом факторов: нежелание отечественного бизнеса публиковать свою отчетность; низкий уровень корпоративного управления, невысокая ликвидность отечественного фондового рынка; нерациональная система налогообложения; несовершенство законодательной базы.

#### Список литературы:

1. IPO: основные термины [текст]//Банковский менеджмент. – 2007. - №9. – С. 29 – 30.
2. Мельник А.Е. Начало истории украинского IPO. Взгляд из Лондона / А.Е. Мельник // Зеркало недели. – 2006. – № 22. – С.7 – 9.
3. Потемкин А. IPO: как это должно быть по–русски / А. Потемки / Профиль. – 2005. - № 17 (1131). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.profile.ru/items/?item=11472>.
4. IPO: витоки і перспективи / Круглий стил. -2005. -№9(33). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.kstil.com.ua/files/documents/2005\\_09\\_%2833%29\\_KrugliyStil\\_Sept\\_Ukr.pdf](http://www.kstil.com.ua/files/documents/2005_09_%2833%29_KrugliyStil_Sept_Ukr.pdf).
5. Официальный сайт агентства Thomson Reuters [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <http://thomsonreuters.com/>
6. Основные тенденции рынка IPO и SPOB 2011 году [Электронный ресурс]. - –К.: Дагда, 2010. -Режим доступа: <http://www.dagda.com.ua/>
7. Официальный сайт журнала «Корреспондент» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://korrespondent.net/business/rynki/stockmarket/1207835-ukrainskie-ipo-i-spo-v-2005-2011-godah>
8. Официальный сайт журнала «Економічна правда» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.epravda.com.ua/markets/2011/12/7/308649/>
9. Кирпа Ю. Выбор юрисдикции для проведения IPO. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.kisilandpartners.com/upload/Ukraininan%20IPO%20Meetings\\_Kyrpa.pdf](http://www.kisilandpartners.com/upload/Ukraininan%20IPO%20Meetings_Kyrpa.pdf)
10. Гвардин С.В. IPO: стратегия, перспективы и опыт российских компаний. – Москва: Вершина, 2007. -264 с.

## **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Кравченко Л.Н., канд. экон. наук, доц.**

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

В совокупности инструментов и методов управления интеллектуальным капиталом (ИК) на предприятии важное место занимают методы оценки стоимости ИК, а также индикаторы эффективности его использования, качества управления этим важным видом ресурсов.

Существующие подходы к оценке управления ИК отличаются неполнотой, ограниченностью (например, только стоимостной оценкой) и не позволяют эффективно использовать на предприятиях этот важнейший стратегический ресурс. В связи с этим возникает необходимость дальнейшего совершенствования методов оценки управления ИК предприятия и может быть предложена расширенная методика оценки уровня управления ИК на основе комбинаторного и сравнительного принципов, сочетающего монетарный и немонетарный подходы и позволяющая охарактеризовать процесс управления ИК в его динамике.

Известно, что компоненты ИК весьма отличаются друг от друга по своим свойствам и функциям, а значит, по возможности их использования, доходности, самовоспроизводства.

Многообразие и разнородность компонентов интеллектуального капитала указывают на целесообразность осуществления оценки эффективности их функционирования особым способом. В этой связи наиболее приемлемым является способ, основанный не на общей оценке активов, а на оценке эффективности функционирования отдельных видов интеллектуальных активов (ИА) предприятия, составляющих его внешнюю, внутреннюю структуру и активы, относящиеся к компетентности персонала в отдельности.

Так, во внутренней структуре предприятия функционируют организационно-управленческие, информационно-технологические, производственно-технологические активы и профессионально-квалификационные и поведенческие активы человеческих ресурсов. Последнюю совокупность активов согласно концепции оценки нематериальных активов К.Э. Свейби, стоит выделять отдельно. К внешней структуре предприятия следует отнести рыночные активы.

Предложенный метод оценки уровня управления ИК создаст условия для определения влияния каждого неосязаемого агрегата на изменение эффективности бизнеса. Эта информация, в свою очередь, позволит сделать процесс управления ИК более рациональным.

Для оценки эффективности ИК в рамках вышеуказанных совокупностей следует, прежде всего, определить, какие факторы на них влияют, а затем выбрать показатели, характеризующие данный фактор (Табл. 1):

Таблица 1

Факторы, влияющие на эффективность ИК

| Сфера функционирования ИА | Виды ИА по конкретной области использования                                   | Факторы, влияющие на эффективность ИА  |
|---------------------------|---|--|
| Внутренняя                | Производственно-технологические   | Увеличение инновационного потенциала фирмы   |
|                           | Информационно-технологические   | Сокращение сроков поиска нужной информации   |
|                           | Организационно-управленческие   | Улучшение внутрифирменной культуры;<br>Справедливость в оплате   |
|                           | Профессионально-квалификационные и поведенческие активы человеческих ресурсов | Увеличение компетентности;<br>Увеличение знаний;<br>Увеличение сроков Адаптации новичков;<br>Усиление взаимодействия |
| Внешняя                   | Рыночные активы   | Увеличение удовлетворенности клиента;<br>Повышение имиджа  |

Эффективность совокупности внешних корпоративных интеллектуальных активов целесообразно, прежде всего, определять степенью удовлетворенности клиентов продуктом/услугой компании и размером их переплат за тот имидж и качество, которые присущи данной компании в сравнении с ее конкурентами. Индикаторы внутренней структуры более разнородны, так как сама по себе эта структура подразделяется на несколько областей использования ИК.

В силу того, что деление на внутренние и внешние индикаторы весьма условно и сложно осуществимо на практике, при осуществлении совместной оценки всей совокупности интеллектуальных факторов необходимо объединить все показатели, их характеризующие в три группы. При этом отдельно выделяются факторы, касающиеся

производственно-технологических процессов, организационной культуры и человеческих ресурсов.

В таком случае матрица оценки уровня управления ИК организации по трем направлениям примет подобный вид, как показано в таблице 2. В таблице 2 представлен примерный набор возможных индикаторов для оценки развития организации с точки зрения использования в ней интеллектуальных факторов труда.

Таблица 2

Матрица оценки уровня управления ИК предприятия

|                                | Индикаторы оценки производственно-технологической сферы   | Индикаторы внешней и внутренней организационной культуры  | Индикаторы развития человеческого капитала   |
|--------------------------------|---|---|--|
| Индикаторы роста/возобновления | Доля инвестиций в производственно-технологические активы;<br>Доля объема продаж новых продуктов;<br>Доля продукции, созданной за счёт ИК;<br>Доля собственных инновационных технологий в общем числе технологий, используемых на фирме;<br>Индекс обновления ИК;<br>Индекс использования ИК;<br>Индекс использования информационных технологий;<br>Индекс изменения уровня правовой защиты ИК фирмы | Доля вложений в организационную культуру и информационную базу предприятия;<br>Индекс роста объема информации на одного работающего;<br>Индекс удовлетворенности персонала работой и фирмой;<br>Ценность рекомендаций и отзывов клиентов фирмы;<br>Доля затрат на формирование внешних интеллектуальных активов;<br>Доля инноваций в сбытовых технологиях фирмы;<br>Доля инноваций фирмы в общем объеме инноваций | Индекс численности ИТР;<br>Уровень интеллектуальной вооруженности труда;<br>Доля персонала, вносящего инновационные идеи и рационализаторские предложения;<br>Изменение уровня квалификации сотрудников фирмы;<br>Доля опытных наставников среди профессионалов;<br>Уровень мотивации работников;<br>Уровень дисциплины персонала;<br>Спрос на рабочие места в фирме |

Продолжение таблицы 2

|                          |  |  |  |
|--------------------------|--|--|--|
| Индикаторы эффективности | Индекс изменения рентабельности предприятия;<br>Индекс интегрального использования ИК;<br>Индикаторы эффективности корпоративной системы управления;<br>Индекс эффективности инвестирования инновационной деятельности;<br>Индекс рентабельности затрат на маркетинг объектов интеллектуальной собственности и их защиту | Индекс темпа роста дохода от коммерческой реализации ИК;<br>Индекс чувствительности рынка к коммуникационным усилиям фирмы;<br>Сравнительный индекс конкурентных цен;<br>Изменение конкурентоспособности фирмы за счет клиентов;<br>Индекс частоты заказов                           | Индекс удовлетворенности персонала, особенно ИТР, оплатой труда;<br>Индекс изменения сроков адаптации новичков;<br>Индекс взаимодействия;<br>Рентабельность затрат на развитие знаний;<br>Количество изобретений на одного ИТР;<br>Стабильность психологического климата в организации |
| Индикаторы стабильности  | Срок существования фирмы;<br>Устойчивость реализации продукции;<br>Доля рынка по отдельным товарам;<br>Позиция фирмы на рынке по качеству и цене продукта;<br>Уровень наукоемкости продукции;<br>Доля сделок с постоянными партнерами;<br>Имидж фирмы в диапазоне «Новатор» - «консерватор»                              | Оценка организационной культуры и имиджа фирмы;<br>Уровень влияния предприятия;<br>Число партнеров фирмы с хорошей деловой репутацией;<br>Текущее управленческое и организационно-вспомогательного персонала;<br>Доля потребителей, благоприятно воспринимающих торговую марку фирмы | Средний стаж в профессии сотрудников предприятия;<br>Текущее кадров; Доход от реализации объектов интеллектуальной собственности в расчете на одного работника;<br>Индекс приверженности сотрудников своей организации;<br>Индекс обеспеченности сотрудников необходимой информацией   |

Индикаторы первой группы включают данные о технической оснащенности производства, инновациях, структуре капитальных вложений, системе управления фирмой и ее документацией, виде используемых материалов и производственных процессах с точки

зрения использования в них высоких технологий и интеллектуальных продуктов.

Оценка внутренней среды с точки зрения организационной культуры и имиджа компании, который формируется в сознании ее сотрудников, производится на основе их опроса. Структура организационной культуры предприятия весьма сложна и имеет множество составляющих. При этом предлагается оценивать наиболее важные элементы организационной культуры.

По итогам анкетирования вычисляется индикатор организационной культуры:

$$\text{Иок} = \sum \text{Бср.} / \text{Ча}, \quad \text{если } \text{Ча} = \text{Чобщ.} \text{ и } \text{Бср} = \text{Бо}i / \text{к},$$

где Иок. - индикатор уровня организационной культуры; Бср. – средний оценочный балл по каждой анкете; Ча. – численность анкетированных; Чобщ. – общая численность персонала предприятия; Боi – суммарная оценка всех элементов организационной культуры по данным i-ой анкеты; к – количество оцениваемых в анкете элементов организационной культуры.

Чем выше оценивают внутреннюю культуру своей фирмы ее сотрудники, тем больше она может рассчитывать на их поддержку в любом начинании, направленном на достижение успеха.

Следует отметить, что уровень организационной культуры не является следствием масштаба предприятия, длительности его существования и даже его финансового состояния. Скорее он определяется личностными особенностями руководства, остротой конкуренции на рынке и уровнем культуры в компаниях-конкурентах, а также характером самого труда, который в свою очередь зависит от уровня технологии, способа производства.

Оценка эффективности использования человеческих ресурсов зависит не только от величины и качества их знаний, опыта и навыков в той или иной сфере, но и от характера и уровня совместимости их эмоционально-психологических факторов.

Кроме общей оценки по предприятию в целом, можно также применять оценку использования ИК для каждого стержневого бизнес-процесса организации – так называемая детализованная оценка. Цель ее – определить, какова доля ИК в осуществлении того или иного бизнес-процесса.

Предложенные показатели оценки управления ИК могут использоваться в разнообразных вариациях, наиболее подходящих для каждой отдельно взятой организации. Состав применяемых на практике индикаторов может варьироваться в зависимости от целей оценки, а

также в соответствии со спецификой деятельности оцениваемого предприятия и доступностью сведений для их расчета, что, в свою очередь, определяет качество и достоверность оценки. В данной методике предлагается использовать информацию о результатах деятельности предприятия за несколько лет, так как важность анализа заключается в исследовании динамики индикаторов оценки управления ИК.

Формирование совокупности показателей по каждому аспекту анализа должно осуществляться на основе следующих критериев: содержательность оценки (показатель должен отражать реальную полезность осуществленных изменений) и доступность данных для расчета.

Главное в данном методе – оценить тенденции в изменении эффективности производства и сбыта в их связи с объемом и структурой ИК фирмы.

Таким образом, в настоящее время назрела необходимость постановки на предприятиях организационно-экономического механизма управления ИК, способствующего формированию, использованию и воспроизводству этого вида капитала. В связи с этим менеджменту интеллектуального капитала следует шире применять в качестве комплементарных (дополняющих) методов так называемые немонетарные или относительные методы оценки, основанные на качественно-содержательных аспектах такого многогранного явления, каковым сегодня выступает интеллектуальный капитал предприятия.

#### **Список литературы:**

1. *Щетинина, Е. Д.* Формирование механизма управления интеллектуальным капиталом промышленного предприятия: монография / Е. Д. Щетинина, Л. Н. Кравченко, И. А. Слабинская // – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2007.
2. *Кравченко, Л. Н.* Методические подходы к оценке и анализу структуры интеллектуального капитала / Л. Н. Кравченко // Белгородский экономический вестник. Научно-информационный журнал. - 2007. – №3-4 (47-48).
3. *Кравченко, Л. Н.* Актуальные проблемы оценки уровня управления интеллектуальным капиталом и его использования на отечественных предприятиях / Л. Н. Кравченко // Интеллектуальный и инновационный потенциал поколений в развитии местных территориальных сообществ: сб. докл. науч.-практ. Интернет-конф. (с Международным участием). - Губкин: ООО «Айкью», 2011.

## **ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ КАК ОСНОВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ МОДЕРНИЗАЦИИ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ТРУДА**

**Краснопевцева И.В., канд. экон. наук, доц.**  
*Тольяттинский государственный университет*

Вывод отечественной промышленности из кризиса невозможен без активизации на предприятиях инвестиционной деятельности, направленной на обновление материально-технической базы труда. Инвестиционные процессы создают условия для модернизации производства, роста производительности труда, повышения конкурентоспособности производимой продукции, и решения многих социальных проблем общества.

Особого внимания при этом заслуживают предприятия машиностроительного комплекса, которые обеспечивают воспроизводство основных фондов всех сфер народного хозяйства и удовлетворяют потребности населения в машиностроительной продукции.

В экономически развитых странах машиностроение лидирует в производстве ВВП и экспорте продукции. Поэтому актуальность задач, связанных с поиском механизмов активизации обновления производственного потенциала отечественных машиностроительных предприятий, не вызывает сомнений.

Анализ процессов, происходящих в машиностроительном комплексе, показывает, что объемы инвестиций в основной производственный капитал недостаточны, привлекательность для покупателей отечественных машин и оборудования по критерию «цена/качество» ниже, чем их импортных аналогов, уровень обновления основных производственных фондов низок.

Большое количество российских предприятий указывает на нехватку машин и оборудования как на основную причину недостаточных объемов производства. При этом в связи с отсутствием возможностей своевременной замены, продлеваются сроки использования неэффективных машин и оборудования, ликвидация которых происходит только по причине невозможности дальнейшей эксплуатации вследствие полного физического износа.

Статистические данные показывают, что на предприятиях российской промышленности высока возрастная структура машин и оборудования. К примеру, средний возраст производственного

оборудования в период с 2000 по 2004 гг. увеличился с 18,7 до 21,2 лет [1], несмотря на то, что инвестиции в основной капитал постоянно росли (рис. 1).

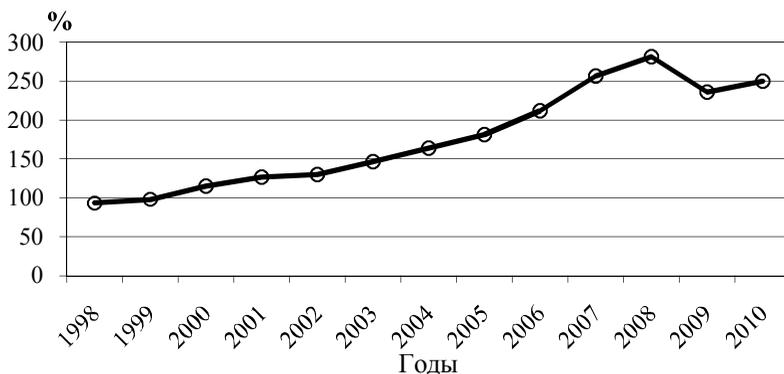


Рис. 1. Инвестиции в основной капитал в % к 1997 году

На протяжении многих лет на предприятиях машиностроительного комплекса имела место высокая степень износа основных производственных фондов (табл. 1) [2], [3]:

Таблица 1

| % износа   | Годы |      |      |      |      |      |      |
|--|------|------|------|------|------|------|------|
|  | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Обрабатывающие производства  | 46,4 | 45,6 | 44,1 | 43,1 | 41,7 | 41,0 | 41,1 |
| из них:  |      |      |      |      |      |      |      |
| Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий | 45,2 | 45,8 | 45,0 | 41,7 | 40,8 | 40,2 | 38,2 |
| Производство машин и оборудования  | 48,9 | 47,0 | 46,9 | 44,9 | 41,8 | 42,3 | 42,9 |
| Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования  | 50,8 | 50,4 | 46,6 | 48,3 | 47,5 | 45,9 | 45,9 |
| Производство транспортных средств и оборудования                           | 55,7 | 53,5 | 51,9 | 53,6 | 52,1 | 51,5 | 50,3 |

Согласно опросам, проведенным на российских промышленных предприятиях, в 2000-2002 гг. руководители 18-19% предприятий считали, что увеличивать выпуск продукции им мешает именно нехватка производственного оборудования. В 2003 г. так считали руководители уже 22% предприятий. В 2004 г. недостаток оборудования в лесопромышленном комплексе достиг 38%, в

машиностроении – 21%, в промышленности строительных материалов – 19% [4].

Такое положение можно было объяснить тем, что на долю инвестиций в машины и оборудование в 2001 г. приходилось около 35% от общего объема инвестиций в основной капитал, в 2005 г. их удельный вес составил всего 40% [4].

После 2005 г. структура инвестиций в основной капитал изменилась: производители стали предъявлять повышенный спрос на машины и оборудование, что было связано расширением объемов производства.

Но, несмотря на то, что в 2006 г. инвестиции в машиностроение возросли на 43,6% к уровню 1998 г., технико-экономические характеристики основного капитала в промышленности не очень изменились. При средней норме обновления основных фондов 1,8%, удельный вес полностью изношенных машин и оборудования превысил 27% [4].

В 2007 г. произошел рост инвестиций в таких областях как: производство энергетического оборудования (рост на 47% к 2006 г.), электрических машин и оборудования (рост на 51%), средств наземного транспорта и запчастей к ним (рост на 81%), черных металлов и изделий из них (рост на 95%). Имело место также увеличение стоимостных потоков импорта машин и оборудования: 49,1% от всего объема импорта [5].

В 2008 г. доля машин и оборудования в структуре российского импорта увеличилась и составила 53,2%. Импорт стал основным источником обновления основного капитала, реконструкции и модернизации производства, фактором реализации инвестиционных проектов и внедрения технологических инноваций. Но в 2009 г. в связи с кризисом, ввоз импортных машин и оборудования сократился на 48,3%. Снижение импорта происходило на фоне резкого падения отечественного производства капитальных товаров [6].

Однако, несмотря на все сложности, в результате роста инвестиций в основной капитал, промышленным предприятиям удалось снизить средний возраст машин и оборудования (табл. 2).

Таблица 2

| Годы                                      | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|------|------|------|------|------|
| Средний возраст машин и оборудования, лет | 16,5 | 14,4 | 13,1 | 13,7 | 13,0 |

В этот период по обрабатывающим производствам и видам экономической деятельности, составляющим машиностроение и

металлообработку, коэффициент обновления основных фондов стал значительно превышать значения коэффициента их выбытия [2], [3].

Рост инвестиций в основной капитал позволил не только повысить импорт машин и оборудования, но и расширить масштабы выпуска отечественных капитальных товаров. Отечественное оборудование оказалось, к тому же, более конкурентоспособным по уровню цен относительно импортных аналогов.

Поддержание роста производства машин и оборудования было обеспечено за счет расширения спроса на продукцию железнодорожного машиностроения, транспорта, приборостроения, промышленности средств связи, отраслей металлургии, нефтяного комплекса. Именно в этих отраслях были зафиксированы наиболее высокие темпы роста инвестиций в производство, а создание новых технологий позволило увеличить выпуск импортозамещающих видов техники.

Но, несмотря на то, что ввод в действие основных фондов по Российской Федерации с каждым годом неуклонно возрастал (табл. 3), уровень ввода в действие основных фондов в 2009 г. был существенно ниже, чем в 1990 г. [7].

Таблица 3

| Годы             | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| в % к<br>1990 г. | 35,2 | 38,0 | 42,6 | 47,6 | 52,8 | 61,4 | 74,9 | 85,4 | 82,7 |

Слабые темпы обновления основного капитала в машиностроительном комплексе ограничивали возможности решения проблем реконструкции и модернизации производства на современной технической основе и приводили к динамичному росту доли импорта машин и оборудования в общем объеме импорта продукции.

В 2009-2010 гг. основная цель предприятий при инвестировании в основной капитал, как и в предыдущие годы, заключалась в замене изношенных машин и оборудования. По материалам обследований инвестиционной активности промышленных предприятий на это указали 64% от их общего числа [8]. Несмотря на то, что основная доля инвестиций в основной капитал направлялась на приобретение машин и оборудования, длительный срок их службы и высокая степень изношенности оставались одними из основных факторов низкой эффективности использования труда и капитала.

В 2010 г. отечественные инвестиции в машиностроительный комплекс по сравнению с 2009 г. значительно увеличились: на 17,8% – в производство машин и оборудования, на 1,7% – в производство

электрооборудования, электронного и оптического оборудования, на 4,4% – в производство транспортных средств.

Но, несмотря на рост, их доля составила всего 2,4% от общего объема инвестиций в экономику и 5,3% – от инвестиций в промышленность. Инвестиции же на приобретение импортных машин и оборудования в 2010 г. сократились и составили 18,0% от общего объема инвестиций в машины и оборудование против 20,7% в 2009 г., по отдельным видам экономической деятельности они находились в интервале 68-82% от показателя 2008 г. [8].

По данным выборочного обследования, проведенного Росстатом, основной целью инвестирования в основной капитал в 2010 г. также являлась замена изношенных машин и оборудования. Инвестиции с целью повышения эффективности производства (автоматизация или механизация существующих производственных процессов, внедрение новых технологий, снижение себестоимости продукции, экономия энергоресурсов) осуществляли 46% предприятий; цели, связанные с увеличением производственных мощностей при неизменной номенклатуре продукции, преследовали 32% предприятий, а с расширением номенклатуры – 29%. На обследованных предприятиях доля машин и оборудования в возрасте до 10 лет составила 37%, свыше 10 до 20 лет – 40%, свыше 20 до 30 лет – 14% [8].

На предприятиях, производящих транспортные средства и оборудование, электрооборудование, электронное и оптическое оборудование, машины и оборудование, в металлургическом производстве средний возраст активной части основных производственных фондов оказался выше, чем в целом по обследованным предприятиям. На выбытие в связи с длительным сроком службы машин, оборудования, транспортных средств и, соответственно, с высокой степенью их изношенности в 2010 г. указали 68% руководителей предприятий, и только 10% отмечали в качестве причины выбытия экономическую неэффективность их использования [8]. По-прежнему, основным фактором, сдерживающим в 2010 г. инвестиционную активность промышленных предприятий, являлся недостаток собственных финансовых средств.

Вместе с тем, на ряде промышленных предприятий Росстатом были отмечены положительные изменения в структуре приобретаемых средств производства: предприятия в большей степени старались приобретать технологические линии и комплексы по выпуску продукции вместо замены отдельных установок, машин и оборудования. Такая политика вполне соответствовала долгосрочным

целям модернизации и реконструкции производства и повышала возможности предприятий по производству конкурентоспособной продукции.

Проведенный анализ показал, что, несмотря на положительную динамику и неплохие темпы роста инвестиций в основной капитал, достигнутых результатов явно недостаточно, нужны дальнейшие значительные вложения в совершенствование материально-технической базы труда отечественных промышленных предприятий.

Для этого необходимо:

- проведение научных исследований по разработке новых российских образцов машин и оборудования, технологических линий и комплексов;

- создание новых производственных мощностей, направленных на удовлетворение растущего спроса за счет внутреннего производства;

- модернизация и техническое перевооружение существующих производственных мощностей для вывода их на конкурентоспособный уровень по производительности труда и качеству продукции;

- ускоренное внедрение инноваций и соответствующее повышение качества рабочей силы, что обеспечивается непрерывной подготовкой и переподготовкой кадров, особенно рабочих массовых профессий.

Приоритетными направлениями развития инвестиционных процессов как в машиностроении, так и во всей промышленности должны быть: строительство новых и модернизация действующих предприятий, обеспечение экологической безопасности производства и формирование такой социальной инфраструктуры, которая способствовала бы повышению эффективности использования трудовых ресурсов.

#### **Список литературы:**

1. Промышленность России. 2005: Стат.сб./ Росстат. - М., 2006. – 460 с.
2. Промышленность России. 2008: Стат.сб./ Росстат - М., 2008. – 381 с.
3. Промышленность России. 2010: Стат.сб./ Росстат - М., 2010. – 453 с.
4. Российская экономика в 2006 году. Тенденции и перспективы. (Выпуск 28) – М.: ИЭПП, 2007. – 751 с.
5. Российская экономика в 2007 году. Тенденции и перспективы. (Выпуск 29) – М.: ИЭПП, 2008. – 657 с.
6. 6 Российская экономика в 2009 году. Тенденции и перспективы. (Выпуск 31) – М.: ИЭПП, 2010. – 707 с.
7. Российский статистический ежегодник. 2010: Стат.сб./Росстат. – М., 2010.– 813 с.
8. Российская экономика в 2010 году. Тенденции и перспективы. (Выпуск 32) – М.: Институт Гайдара, 2011.– 592 с.

## ГОСУДАРСТВЕННАЯ МОЛОДЁЖНАЯ ПОЛИТИКА УКРАИНЫ ПОСТСОВЕТСКОГО ПЕРИОДА

**Кудрявцев А. Ю., ассистент**  
*Харьковская национальная  
академия городского хозяйства*

Молодёжь является наиболее реакционной частью общества, и ее политическое поведение во многом определяет ландшафт политического поля. В силу активного возраста и высокой доступности средств массовой коммуникации молодые люди способны быстро адаптироваться к новым реалиям политической ситуации, тем самым отражая практическую значимость политических преобразований. Традиционно советская молодёжь политически социализировалась посредством формализованных политических институтов и организаций в одном идеолого-политическом ключе. Процесс политического воспитания был стандартизирован и направлен на создание советского «марксистско-ленинского» человека. Политическое воспитание отражало идеологию социалистического внеклассового общества и типичный гражданин должен быть лишён классовых признаков. Постсоветская система предъявляет к участникам политического поля совсем другие требования, в связи с чем и процесс политической социализации изменился не только содержательно, но и технологически.

Сегодня мы наблюдаем значительные политические и экономические изменения в обществе, поэтому модернизация общества, направление его на достижение нового качества жизни граждан, внедрение социальных, экономических и демократических европейских стандартов жизнедеятельности человека требует от властей формирования концептуальных основ развития во всех социально важных сферах общественной жизни. С новой силой встают перед обществом и задачи определения приоритетов современной молодежной политики, преобразование молодежной активности в действенную составляющую самоорганизации украинского общества, подготовку и внедрение государством мер, направленных на реальную поддержку молодежи и не только в социальной сфере. С момента обретения независимости наблюдались положительные тенденции в развитии и оформлении молодежной государственной политики. Так, согласно Декларации "Об общих основах государственной молодежной политики в Украине" (от 15.12.1992 г.), государственная молодежная

политика в Украине "приоритетным и специфическим направлением деятельности государства и осуществляется: в интересах молодого человека, общества, государства, с учетом возможностей Украины, ее экономического, социального, исторического, культурного развития и мирового опыта государственной поддержки молодежи ". Главными задачами государственной молодежной политики, по Декларации, является "изучение положения молодежи, создание необходимых условий для укрепления правовых и материальных гарантий осуществления прав и свобод молодых граждан, помощь молодым людям в реализации и самореализации их творческих возможностей и инициатив, привлечение молодежи к активному участию в экономическом развитии Украины ". Главная цель государственной молодежной политики - создание благоприятных экономических, социальных, политических и других условий, правовых гарантий для гуманизации образа жизни молодого поколения, эффективной его социализации и развития как в интересах отдельной личности, так и региональных интересов, согласованных в молодежных вопросах с интересами общества в целом. [1]

Основу современного национального молодежного законодательства составляют законы Украины: "О содействии социальному становлению и развитию молодежи в Украине", "О молодежных и детских общественных организациях", "О социальной работе с детьми и молодежью", "Об Общегосударственной программе поддержки молодежи на 2004-2011 года ". А также около 30 нормативно-правовых актов (указов и распоряжений Президента Украины, постановлений и распоряжений Кабинета Министров Украины, постановлений Верховной Рады Украины), которые направлены на содействие социальному становлению и развитию молодежи, социальную работу с молодежью, деятельности молодежных общественных организаций. [2]

Инновационный характер деятельности власти призван обеспечить последовательную разработку концепций, стратегий, политических рекомендаций, программ действий правительства и общества, направленных на реализацию поставленных целей ", [3].

Для повышения эффективности взаимодействия органов власти с организациями гражданского общества, развития партнерских отношений с ними целесообразно активно использовать такие формы взаимодействия как поддержка деятельности различных по направленности общественных организаций, в частности молодежных, студенческих и других, отмечается в Концепции содействия органами

исполнительной власти развитию гражданского общества. Соответственно, в проекте Национальной доктрины молодежной политики среди приоритетных направлений государственной молодежной политики является обеспечение участия неправительственных (общественных) организаций и учреждений различных форм собственности в процессах принятия решений, реализации государственной политики, развитию общественного молодежного сектора. [4]

На сегодня, согласно Закону Украины "Об Общегосударственной программе поддержки молодежи на 2007-2011 годы" поддержка государством молодежных организаций осуществляется как материально, так и организационно, что выражается в освобождении молодежных организаций, создаваемых ими предприятий, учреждений и т.п. от налогообложения; безвозмездной передачи молодежным организациям зданий и сооружений, материальной базы, необходимых для работы с молодежью; освобождении молодежных организаций от внесения платы за пользование землей (местоположение молодежных спортивных и других объектов досуга); предоставлении молодежным организациям на выгодных условиях различных видов кредитов и субсидий; создании молодежным организациям благоприятных условий для осуществления обмена, сотрудничества с молодежными организациями других стран и территорий. [5]

Современный молодежные общественные организаций отличаются обилием разноплановых направлений деятельности и политическими предпочтениями. Данные Минюста Украины [6] свидетельствуют, что молодежные общественные организации демонстрируют в последнее время больше рост числа. В течение 2011 г. было зарегистрировано еще 269 организаций такого толка; в 2009 г. - 255. [1]. О популярности "молодежного" направления деятельности среди общественных организаций говорят и данные ежегодного исследования украинского третьего сектора, проводимых БФ "Творческий центр" Каунтерпарт "[7]. 52% организаций, попавших в исследование, назвали молодежь в качестве своих клиентов.

В то же время общественные организации вызывают достаточно высокий уровень доверия у общества в целом, по сравнению с другими общественно-политическими институтами. Так, данные социологического исследования Украинского института социальных исследований и Центра "Социальный мониторинг", за период с 2005 по 2011 г., свидетельствуют, что общественные молодежные объединения пользуются стабильной доверием около трети граждан (от 33% до 41%)

[9] . Это положительно выделяет общественные организации по сравнению с уровнем доверия населения, например, к государственным органам власти.

Таким образом, очевидно досадный факт дисбаланса: во-первых, между надеждами, которые возлагает общество на активную молодежь и настроениями самой молодежи, во-вторых, между видением ситуации "изнутри" процесса воплощения молодежной политики - общественными активистами, и "извне" - рядовыми молодыми людьми. Безусловно, это одни из самых сложных проблем в осуществлении молодежной политики.[8]

Об успехах и недостатках взаимодействия молодежных общественных организаций Украины с исполнительной властью на современном этапе свидетельствуют оценки самих общественных организаций. Так, в марте 2011 г. молодежные общественные организации Ассоциация студентов-политологов Украины и Молодежный Центр политики и информации, провели опрос всеукраинских общественных организаций на тему "Эффективность взаимодействия молодежных общественных организаций Украины с Министерством по делам семьи, молодежи и спорта" [10]. Оценки, полученные в процессе исследования характеризовались многовекторностью реакций на сформулированные вопросы. С положительной стороны во всех регионах Украины отмечались такие критерии, как эффективность деятельности Министерства по делам семьи, молодежи и спорта. Отмечалось, что общественные организации начинают играть действительно большую роль в государственной жизни, большую долю таковых занимают организации, которые выполняют интегрирующую функцию в общественной жизни государства.

С принятием государственного бюджета 2012 г. финансовая поддержка общественных организаций практически сравнялась по объему с иностранными грантами. Так, в бюджете на этот год планировалось только между молодежными общественными организациями распределить через министерство образования и науки, молодежи и спорта более 15 млн грн [11]. С другой стороны, постоянного мониторинга и контроля требует вопрос целевых расходов этих средств. В частности, серьезным поводом задуматься есть острые заявления организаций гражданского общества с прямыми обвинениями в непрозрачности механизмов распределения средств в рамках конкурсов, проектов, программ, разработанных общественными организациями, по вопросам детей, молодежи, женщин и семьи.

Сколько средств будет заложено в бюджете на молодежную политику в новом году пока неизвестно, можно только надеяться, что в условиях политического и экономического хаоса вопросы государственного регулирования и финансирования не будут производиться за счет сокращения финансирования менее приоритетных направлений государственного развития.

#### Список литературы:

1. Декларация «Об общих основах государственной молодёжной политики в Украине» - , 15 декабря 1992 года». – Киев, 1992.
2. Закон Украины «О содействии социальному становлению и развитию молодежи в Украине г. Киев, 5 февраля 1993 года». – Киев, 1993.
3. Национальная доктрина молодежной политики. Киев 2008. Электронный ресурс. Режим доступа: [http://politeh.ridne.net/files/doktrina\\_Youth.doc](http://politeh.ridne.net/files/doktrina_Youth.doc)
4. Концепция содействия органами исполнительной власти развитию гражданского общества. Распоряжение Кабинета Министров Украины от 21 ноября 2007 г. N 1035-р. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.ukrgold.net/links/21951/21962/>
5. Закон Украины «Об Общегосударственной программе поддержки молодежи на 2004-2011 годы г. Киев, 18 ноября 2003 года. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1281-15>
6. Сайт Министерства юстиций Украины. <http://www.minjust.gov.ua/>
7. Сайт Творческого центра Каунтерпарт <http://www.ccc.kiev.ua/?q=0>
8. Молодежный центр политики и информации. Официальный сайт. Режим доступа: [http://www.intellect.org.ua/index.php?lang=u&page=author\\_info&author\\_id=15999&theme\\_id=7246](http://www.intellect.org.ua/index.php?lang=u&page=author_info&author_id=15999&theme_id=7246)
9. Сайт центра «Социальный мониторинг» <http://www.politik.org.ua/about/partners.php3?id=5>
10. Сайт общественной организации «Молодежная альтернатива»: <http://www.ya.org.ua/>
11. 11 Государственный бюджет Украины на 2011 год. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4282-vi>

## **УПРАВЛЕНИЕ ОБЪЕКТАМИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ И ТРАНСФЕР ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК**

**Кучумова И. Ю., канд. экон. наук, доц.,  
Даниленко Е. С.**

*Харьковский торгово-экономический институт КНТЭУ*

**Формулировка проблемы в общем виде.** В условиях глобализации и развития экономики предприятия переживают серьезные изменения, связанные с усилением роли и расширением сферы применения объектов интеллектуальной собственности (ОИС). Однако на практике большая часть ОИС, находящаяся в распоряжении предприятий, не учтена и не оценена в полном объеме, а инвесторы, не понимая всю важность интеллектуальной собственности, по-прежнему предпочитают вкладывать свои средства в реальные материальные активы. Как следствие, интеллектуальная собственность на балансе предприятий отражается незначительно, не используется, доходов не приносит. Именно поэтому от правильного решения этой проблемы зависит конкурентоспособность предприятия.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В научной литературе проблемы вовлечения интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот предприятия нашли отображение в работах Ю. Григорьева, Ю. Моткова, С. Козлова, Л. Коваля, В. Бычкова, В. Мухопода, И. Полякова, О. Рябкова, В. Саранцева и других авторов. Рассмотрение проблемы коммерческого использования интеллектуальной собственности в качестве имущества предприятия, на наш взгляд, по-прежнему не носит комплексного характера, который позволил бы определить место интеллектуальной собственности в капитализации бизнес-процессов.

**Целью исследования** является рассмотрение стратегических решений при коммерциализации новых объектов интеллектуальной собственности, характеристика процесса коммерциализации объектов интеллектуальной собственности на разных фазах жизненного цикла технологий.

**Изложение основного материала.** Изменение требований покупателей к качеству товаров и услуг, возрастающее многообразие новой продукции с одновременным сокращением времени ее выведения на рынок, усиление конкуренции, вызывают необходимость адекватного реагирования со стороны товаропроизводителей на

изменения внешней среды. В таких условиях компании вынуждены внедрять в своё производство инновации, результатом которых является создание объекта интеллектуальной собственности и получение на него юридических прав [2]. В качестве ОИС необходимо рассматривать:

- объекты промышленной собственности (изобретения, полезные модели, промышленные образцы), которые должны служить основой для создания новых образцов техники и технологий;

- товарный знак (в случае использования договора коммерческой концессии);

- новые знания и секреты производства (ноу-хау);

- объекты авторского права, включая программы для ЭВМ и базы данных;

- технологические инструкции к используемым на предприятии процессам;

- методики проведения измерений, испытаний материалов и оборудования;

- нормативные документы и рекомендации, относящиеся к организации работ, технике безопасности, управлению экономическими службами;

- калькуляция, экономические расчёты;

- все сведения, относящиеся к рациональным предложениям, включая расчёты экономического эффекта.

Наиболее ценным и, в то же время, наиболее хрупким результатом интеллектуальной деятельности предприятия являются новые знания – разновидность ноу-хау. Главная ценность нового знания состоит в том, что на его основе могут быть созданы очень эффективные изобретения. Кроме того получение новых знаний всегда стоило денег, обладание новых знаний может приносить доход, предотвращать убытки.

Как правило, новые знания содержат:

- любые новые результаты, полученные опытным путём;

- результаты испытаний, исследований, опытных проверок новой или усовершенствованной техники;

- результаты опытных проверок новых методов управления предприятием или производственными процессами, коммерческих приёмов, методов рекламы, приёмов обучения персонала;

- рапорты персонала о нештатной работе техники или об особенностях работы техники в нештатных условиях;

- данные о качестве и характеристиках материалов, полученные при испытаниях в лабораториях предприятия или внешних лабораториях по его заказу [1].

К основным проблемам коммерциализации интеллектуальной собственности в странах постсоветского союза относятся:

– низкий уровень правовой культуры: противоречия трех главных нормативных отраслей – права, налогового обеспечения, бухгалтерского учета;

– отсутствие у государств средств на патентование и осуществление регистрационных процедур за границей;

– значительный недостаток квалифицированных специалистов в этой сфере;

– отсутствие надлежащих знаний и информации о порядке защиты интеллектуальной собственности;

– отсутствие реального правоохранительного и контролирующего органа власти по борьбе с «пиратством» [4].

В качестве критерия первичной оценки РИД необходимо учитывать новизну, оригинальность, действительную или потенциальную полезность для предприятия или его конкурентов. Полезными для предприятия являются не только используемые им объекты, но и не используемые для нужд производства решения, которые, если их запатентовать, сократят конкурентам возможности совершенствования их продукции или производства, то есть послужат для ограничения конкуренции [1].

Оценка потенциала коммерциализуемости РИД обычно ведется по пяти параметрам:

1. Разумная себестоимость коммерческой разработки.
2. Возможность получения семейства продуктов или приложений.
3. Наличие рынка.
4. Конкурентные преимущества.
5. Наличие промышленной проработки.

Процесс коммерциализации объектов интеллектуальной собственности проходит пять этапов жизненного цикла, которые включают:

1. Разработку, правовую охрану, создание образца и организация серийного производства товаров.

2. Выведение продукции или объектов интеллектуальной деятельности на рынок.

3. Рост объемов продаж продукции и лицензий.

4. «Насыщение рынка» до максимальных объемов продаж.

5. «Спад продаж» в связи с «моральным устареванием» продукции и ОИС.

Первый этап следует рассматривать как необходимый и предшествующий коммерциализации процесс создания ОИС. Все финансовые операции на этом этапе носят расходный характер. В основном они связаны с проведением маркетинговых и патентных исследований, экспертизой и правовой защитой, созданием промышленного производства.

Начиная со второго этапа финансовые операции предприятия носят доходный характер: подводятся итоги и определяется эффективность результатов интеллектуальной деятельности. Значительная часть прибыли компании поступает от продажи товаров на базе ОИС и лицензий [3].

Изучение преимуществ объектов интеллектуальной собственности по сравнению с неохраняемыми инновациями позволяет выделить следующие основные направления ее коммерциализации:

1. Приобретение готовых объектов техники и технологии, которые надо освоить и начать производство конкурентоспособной продукции. Это требует огромных отечественных капиталовложений и зарубежных инвестиций. Может возникнуть необходимость приобретения лицензий на право использования оборудования и производимой на нем продукции, где применены изобретения, защищенные патентами и секретами по режиму ноу-хау.

2. Приобретение по традиционным лицензиям научно-технических достижений, выраженных в технической документации или промышленно освоенных у продавца лицензий, для последующей их материализации в конкретные объекты техники и технологии. Этот путь требует меньших капиталовложений по сравнению с закупкой готовых объектов техники. По лицензиям покупатель-лицензиат получает все ноу-хау, необходимые для воспроизводства техники и технологии и имеет возможность проводить исследования и разработки по созданию следующих поколений научно-технической продукции.

**Выводы.** Процесс коммерциализации интеллектуальной собственности предприятия является кропотливым, требует творческого подхода и высокой квалификации работников, которые занимаются данным вопросом. Но зато он даёт самые ценные результаты, ценные не с точки зрения формальной бухгалтерской оценки, а с точки зрения ожидаемой в будущем пользы для экономического процветания и безопасности предприятия. Экономическая эффективность внедрения РИД зависит от гармонизации законодательной и налоговой базы, от просветительской и образовательной практики, от желания участников

экономической деятельности производить конкурентоспособную продукцию с высоким интеллектуальным потенциалом.

**Список литературы:**

1. Григорьев Ю. В. Выявления новых объектов интеллектуальной собственности предприятия [Электронный ресурс] / Ю. В. Григорьев. – Режим доступа: <http://www.quality-journal.ru/data/article/572/files/Grigoriev@QJ0309.pdf>.
2. Коваль Л. С. Место интеллектуальной собственности в капитализации бизнес-процессов / Л. С. Коваль // М.: Российский государственный институт интеллектуальной собственности (РГИИС), 2010. – С. 32–35.
3. Мухопад В. И. Сущность, средства и проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности в российской экономике / В. И. Мухопад // М.: Российский государственный институт интеллектуальной собственности (РГИИС), 2010. – С. 51–59.
4. Ралко К. В. Проблемы защиты прав интеллектуальной собственности в Украине [Электронный ресурс] / К. В. Ралко, В. О. Кондратьев. – Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/10\\_DN\\_2012/Pravo/9\\_105851.doc.htm](http://www.rusnauka.com/10_DN_2012/Pravo/9_105851.doc.htm).

## **СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА КОММЕРЧЕСКОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ДЛЯ ИЗВЛЕЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРИБЫЛИ**

**Кучумова И. Ю., канд. экон. наук, доц.,  
Даниленко Е. С.**

*Харьковский торгово-экономический институт КНТЭУ*

**Формулировка проблемы в общем виде.** Одной из главных стратегических задач во всех странах в настоящее время является развитие промышленного наукоемкого производства, преумножение научно-технического потенциала страны и ускоренное формирование рыночных отношений в промышленности для получения конкурентоспособной продукции. Основной проблемой инновационной сферы является неумение превращать интеллектуальный потенциал в активы (лицензии, права интеллектуальной собственности и бренды).

**Анализ последних исследований и публикаций.** Изучению вопросов вовлечения и использования объектов интеллектуальной собственности в хозяйственную деятельность предприятий посвятили свои работы такие ученые, как Ю. Григорьева, Ю. Моткова, С. Козлова, Л. Ковалья, В. Бычкова, В. Мухопода, И. Полякова, О. Рябкова, В. Саранцева и другие авторы. Однако, возможности, которые открываются у предприятия в случае рационального коммерческого использования такого инструмента, как интеллектуальная собственность, в настоящее время еще не до конца изучены.

**Целью исследования** является изучение возможностей при коммерциализации объектов интеллектуальной собственности, характеристика процесса коммерциализации объектов интеллектуальной собственности в практической деятельности предприятий.

**Изложение основного материала.** На практике проблемы формирования рыночных отношений коммерческого использования интеллектуальной собственности являются наиболее сложными. Поэтому от степени успешного разрешения этих проблем зависит возможность достижения конечных положительных результатов инвестиционной и инновационной деятельности.

К сожалению, до сих пор работники, которые заняты внедрением объектов интеллектуальной собственности (ОИС) на предприятиях не понимает значение отличий инвестиционного процесса от

инновационного, а, следовательно, и выгод, которые можно получить при грамотном вовлечении интеллектуальной собственности в хозяйственную деятельность предприятия.

Так, главное отличие инвестиционного процесса от инновационного состоит в том, что в первом случае товаром может быть только внедренный в производство результат, а во втором – и ноу-хау, и патент, и свидетельство, и объекты авторского права. Причем интеллектуальный результат на каждом этапе инновационного проекта может выступать как готовый научно-технический продукт. В рамках же инвестиционного проекта такой продукт возникает только на заключительном этапе [4].

Введение результата интеллектуальной деятельности в хозяйственный оборот предприятия дает множество преимуществ:

- предприятие получает дополнительный доход, возможность формировать и регулировать рынок;

- увеличивает стоимость всего предприятия, что очень важно при его оценке на предмет получения инвестиций или при сделках по продаже предприятия, слиянии, стратегическом партнерстве;

- минимизация налогообложения за счет отнесения амортизационных отчислений на затраты предприятия.

Для осуществления инновационной деятельности необходимо наличие инновационного потенциала предприятия, который характеризуется совокупностью различных ресурсов:

- интеллектуальных (технологическая документация, патенты, лицензии, бизнес-планы по освоению новшеств, инновационная программа предприятия);

- материальных (опытно-приборная база, технологическое оборудование, ресурс площадей);

- финансовых (собственные, заемные, инвестиционные, государственные, грантовые);

- кадровых (лидер-новатор; персонал, заинтересованный в инновациях;

- партнерские и личные связи сотрудников с научно-инженерными институтами и вузами;

- опыт проведения технологических, научно-исследовательских, опытно-конструкторских работ (НИОКР), опыт управления проектами;

- инфраструктурных (собственные подразделения НИОКР, отдел главного технолога, отдел маркетинга новой продукции, патентно-правовой отдел, информационный отдел, отдел конкурентной разведки);

– иные ресурсы, необходимые для осуществления инновационной деятельности.

От состояния инновационного потенциала зависит выбор той или иной стратегии, который в данном случае можно определить, как «меру готовности» выполнить поставленные цели в области инновационного развития предприятия [1].

Для оценки потенциала результатов интеллектуальной деятельности необходимо:

- готовность технологии к передаче;
- наличие группы, способной помочь при разработке или передаче технологии;
- достойность внимания технологии с точки зрения рынка;
- разумность сроков коммерческой проработки;
- наличие покупателей технологии/лицензии.

Обычно сравнение технологий ведется в матричной форме. В режиме активного обсуждения проставляется оценка в баллах для каждой из них, например, по пятибалльной системе: от  $-2$  до  $+2$ , где смысл оценок:  $+2$  – отлично;  $+1$  – хорошо, приемлемо;  $0$  – удовлетворительно (неопределенно);  $-1$  – плохо, ниже среднего;  $-2$  – очень плохо. Также возможен выход за пределы интервала оценок, если по какому-то параметру технология либо принципиально неприемлема (с экологической точки зрения или по причине двойного использования, запрещенного рядом соглашений), либо сулит настолько большие прибыли, что это может перевесить незначительные недостатки по другим параметрам.

Заполненная матрица оценки технологий, представленных заказчиком для аудита, позволяет вычислить сумму баллов, характеризующие потенциал коммерциализуемости РИД, и определить итоговую оценку. Итогом аудита является сводка оценок по всем технологиям, на базе чего делается рекомендация о внедрении проекта или его отвержение [2].

Чаще всего в сфере оборота результатов интеллектуальной деятельности используется трансфер технологий. «Трансфер» предполагает не только передачу информации о новшестве, но и её освоение приемником, реализатором информации при активном участии разработчика, автора изобретения, а также конечного пользователя продукта, производимого с помощью этой технологии.

Существует четыре типа межорганизационного трансфера результатов интеллектуальной деятельности:

1. Передача технологии на стадии НИОКР из научных и исследовательских академических и вузовских организаций в отраслевые или ведомственные лаборатории для доведения их до стадии опытного производства.

2. Передача технологии на стадии завершения опытно-конструкторских работ из исследовательских организаций в компании для финишного освоения технологии в промышленном масштабе.

3. Передача технологии вновь образованным (для этой цели) компаниям.

4. Передача или возврат технологии (часто – не ее собственно, а технического задания на технологию или исследование) для более глубокого изучения и дальнейшего развития.

Помимо вертикального существует и горизонтальный трансфер, когда одна компания в рамках крупного консорциума передает готовую технологию другой компании или даже своему филиалу [2].

Интеллектуальная собственность как совокупность прав и обязанностей устанавливает правовой режим охраны нематериальных объектов, позволяющий вводить их в хозяйственную деятельность предприятия. В табл. 1 показаны конкурентные преимущества охраняемых результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации товаров и услуг в сравнении с неохраняемыми аналогами.

Таблица 1 – Конкурентные преимущества охраняемых объектов интеллектуальной собственности в сравнении с неохраняемыми результатами интеллектуальной деятельности [3]

| <b>Конкурентные преимущества ОИС по сравнению с неохраняемыми РИД</b>   | <b>Пути и средства получения максимальной экономической эффективности</b>  |
|---|--|
| Монопольное положение правообладателей и лицензий на рынках стран, где действует правовая охрана.                   | – максимальные объемы продаж из-за отсутствия конкурентов;<br>– установление монопольно высоких цен на продукцию и услуги;<br>– возможность продажи патентов и лицензий, регулирование деятельности лицензиатов. |
| Освобождение от ограничений в бизнесе, связанных с применением, антимонопольного антитрестовского законодательства. | – использование исключительных прав правообладателей владеть, распоряжаться и использовать охраняемые РИД.   |
| Гарантируемые на основе экспертизы изобретательский уровень, абсолютную новизну.                                    | – более высокая конкурентоспособность продукции и услуг, обеспечивающие большой спрос и объемы реализации  |

| Конкурентные преимущества ОИС по сравнению с неохраняемыми РИД  | Пути и средства получения максимальной экономической эффективности   |
|---|--|
|   | конкурентоспособных товаров и услуг.   |
| Создание и развитие новых форм предпринимательской деятельности на основе ОИС, включая франчайзинг (коммерческая концессия), производственная кооперация на лицензионной основе, совместные предприятия на основе охраняемых РИД. | – создание широкой сети конкурентоспособных предприятий с использованием финансовых средств партнеров по сотрудничеству при сравнительно низких расходах владельцев РИД. |
| Включение ОИС в состав нематериальных активов предприятия и повышение его стоимости.  | – получение дополнительного экономического эффекта при продаже предприятия, выпуске акций и облигаций, получении кредита.  |
| Быстрый рост деловой репутации (гудвилл) корпораций, их имиджа, популярности товарных знаков и торговых марок компаний, фирменных наименований, превращение их в «бренд».   | – капитализация ОИС и быстрый рост стоимости компании за счет нематериальных активов.  |

**Выводы.** Представленный перечень и классификация конкурентных преимуществ объектов интеллектуальной собственности по сравнению с неохраняемыми инновациям позволяет выделить следующие основные формы ее коммерциализации:

1. Использование созданных на основе НИОКР охраняемых результатов интеллектуальной деятельности (интеллектуальной собственности) в собственном производстве для выпуска конкурентоспособной продукции или оказания услуг и их реализация на внутреннем и внешнем рынках. Монопольное положение на этих рынках обеспечивает компании получение максимальной прибыли от коммерциализации собственных ОИС.

2. Продажа лицензии и патентов, которые позволяют получать вознаграждение по лицензионным договорам и договорам отчуждения патентов и не нести расходы, связанные с производством товаров и оказания услуг.

Вместе с тем, при выборе варианта коммерциализации интеллектуальной собственности следует исходить из принципа, что наибольший экономический эффект (прибыль) правообладатель получает от применения ОИС на собственном производстве для выпуска конкурентоспособной продукции или модернизации производства и реализации этой продукции или услуг на внешнем и внутреннем рынке.

### Список литературы:

1. *Иванова, М. Г.* Формирование мотивационных механизмов коммерциализации инноваций / М. Г. Иванова, Е. В. Королева // М.: Российский государственный институт интеллектуальной собственности (РГИИС), 2010. – С. 25–31.
2. *Лихолетов, А. В.* Стратегии, модели и формы коммерциализации объектов интеллектуальной собственности / А. В. Лихолетов, В. В. Лихолетов, М. А. Пестунов // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 9. – С. 19–27.
3. *Мухопад, В. И.* Сущность, средства и проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности в российской экономике / В. И. Мухопад // М.: Российский государственный институт интеллектуальной собственности (РГИИС), 2010. – С. 51–59.
4. *Шичкина, М. И.* Современная практика и проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] / М. И. Шичкина. – Режим доступа: <http://www.labrate.ru/education/rgiis-materials-ip-2010.pdf>.

## **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ АКТИВЫ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ РЕСУРС ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Лагоза Н.Ж., доц., Луценко Н.С.**

*Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

В статье раскрыта роль нематериальных активов как экономических ресурсов в производственном и хозяйственном цикле предприятия; обоснована необходимость разработки стратегии управления интеллектуальными активами на предприятии.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, интеллектуальные активы, нематериальные активы, рынок интеллектуальных ресурсов, товар.

Стабильность фирмы в современном мире во многом определена информационно-интеллектуальным процессом, так как преимущества фирмы только за счет материальных и финансовых факторов не могут быть обеспечены. Пока еще в обществе преобладает конкуренция на основе факторов производства, то есть материальных и финансовых ресурсов. Но в экономике развитых стран роль нематериальных ценностей стремительно возрастает, что позволяет повышать конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности за счет знаний, умений и творческих разработок, то есть нематериальных активов.

В украинских компаниях подобные изменения пока не получили широкого развития, о чем ясно свидетельствует тот факт, что они имеют очень низкий процент нематериальных активов в общей стоимости бизнеса (около 2 – 5 %). В то же время, рыночная стоимость дополнительно учтенных нематериальных активов, на одном и том же предприятии, при совершенной оценке, может составить 15 – 20 % и более, что соответственно увеличивает стоимость компании. Мировые тенденции в области купли-продажи бизнеса свидетельствуют, что стоимость нематериальных активов в общей стоимости компании составляет 40 – 90 %, известны случаи, когда почти вся стоимость бизнеса сформирована нематериальными активами.

Учет полной стоимости нематериальных активов позволит обеспечить дополнительные права в управлении будущим бизнесом. Особенно это актуально в том случае, если доля инвестированного капитала настолько велика, что коренным образом изменяет объемы прав в управлении бизнесом, за счет уменьшения доли собственника в общей стоимости бизнеса. Полный учет нематериальных активов также

необходим при кредитовании бизнеса. Для кредитора правильная оценка всех составляющих бизнеса способствует минимизации кредитных рисков, а для заемщика – расширяет возможности кредитования и увеличивает стоимость залогового имущества. Таким образом, прослеживается прямая зависимость между нематериальными активами, стоимостью бизнеса и кредитным обеспечением. Причем, в данном случае, в качестве нематериального актива могут выступать кроме торговых марок, полезных моделей, изобретений, фирменных наименований и т.п., бизнес-идеи, планы, как объект интеллектуальной собственности.

Вопросами понятия, классификации и особенностей использования интеллектуальных активов в деятельности субъектов хозяйствования активно занимаются как отечественные, так и зарубежные экономисты. Но проблема и сегодня достаточно актуальна и нуждается в более тщательном исследовании.

Общепринятого определения понятия «интеллектуальные активы» не существует. В отечественной теории и практике для отражения любых нематериальных объектов бизнес-процесса в подавляющем числе случаев используется термин «интеллектуальная собственность», а для целей ведения бухгалтерского учета и отчетности на предприятии применяется понятие «нематериальные активы». При этом достаточно часто оба понятия соединяются в одно.

Термин «интеллектуальная собственность» сформировался, прежде всего, в процессе обсуждения и решения проблем юридической регламентации в рамках права собственности отношений по поводу создания, использования и охраны результатов интеллектуальной деятельности. В этом смысле интеллектуальная собственность представляет в настоящий момент обобщающее понятие, обозначая собой совокупность всех прав на результаты творческой деятельности и некоторые, приравненные к ним объекты. Следует отметить, что многими авторами оспаривается использование данного термина и возможность эффективной регламентации отношений по поводу неосязаемых объектов в рамках традиционного правомочия владения, пользования и распоряжения. Тем не менее, понятия «интеллектуальная собственность», «промышленная собственность» и «право интеллектуальной (промышленной) собственности» прочно вошло в юридическую лексику Украины, России и зарубежных государств, а так же в тексты международных договоров и конвенций.

Рассмотрим так называемый «бухгалтерский» подход к определению понятия интеллектуальные активы – определение нематериальных активов.

В соответствии с Принципами подготовки и предоставления финансовой отчетности в соответствии с МСФО актив включается в баланс предприятия, если одновременно выполняются два условия: во-первых, существует высокая вероятность того, что в будущем от использования актива предприятие получит экономические выгоды; во-вторых, стоимость актива может быть надежно оценена. Кроме того, нематериальный актив, в соответствии с МСФО 38, – это идентифицируемый неденежный актив, не имеющий физической формы и используемый при производстве товаров. В стандарте подчеркивается, что под активом понимается ресурс, который предприятие контролирует в результате прошлых событий и ожидает от него экономических выгод в будущем. Таким образом, в МСФО 38, помимо нематериальности, выделяются три определяющих признака НМА: идентифицируемость, подконтрольность предприятию, способность приносить экономические выгоды.

Российские стандарты бухгалтерского учета также выдвигают ряд требований к нематериальному активу. Нематериальный актив:

- не имеет материально-вещественной (физической) структуры;
- может быть идентифицирован от другого имущества;
- используется в производстве продукции, при выполнении работ, оказании услуг либо для управленческих нужд;
- используется в течение длительного периода (более года или дольше обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев);
- способен приносить предприятию экономические выгоды в будущем.

Кроме того, предприятие не должно предполагать последующей перепродажи нематериального актива. А само его существование и исключительное право предприятия на результаты интеллектуальной деятельности должно подтверждаться надлежаще оформленными документами (патентами, свидетельствами и т. п.).

Украинский стандарт бухгалтерского учета (П(С)БУ №8 «Нематериальные активы») дает следующее определение этой экономической категории: нематериальный актив – немонетарный актив, который не имеет материальной формы, может быть идентифицирован и содержится предприятием с целью использования в

течение периода больше одного года (или одного операционного цикла, если он превышает один год) для производства, торговли, в административных целях или предоставление в аренду другим лицам.

Бухгалтерский учет нематериальных активов ведется относительно каждого объекта по таким группам:

- права пользования природными ресурсами (право пользования недрами, другими ресурсами естественной среды, геологической и другой информацией о естественной среде и тому подобное);

- права пользования имуществом (право пользования земельным участком в соответствии с земельным законодательством, право пользования зданием, право на аренду помещений и тому подобное);

- права на коммерческие обозначения (права на торговые марки (знаки для товаров и услуг), коммерческие (фирменные) наименования и тому подобное);

- права на объекты промышленной собственности (право на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, сорта растений, породы животных, компоновки (топографии) интегральных микросхем, коммерческие тайны, в том числе ноу-хау, защита от недобросовестной конкуренции и тому подобное);

- авторское право и смежные с ним права (право на литературные, художественные, музыкальные произведения, компьютерные программы, программы для электронно-вычислительных машин, компиляции данных (базы данных), исполнения, фонограммы, видеogramмы, передачи (программы) организаций вещания и тому подобное);

- незавершенные капитальные инвестиции в нематериальные активы;

- другие нематериальные активы (право на осуществление деятельности, использования экономических и других привилегий и тому подобное).

Приобретенный или полученный нематериальный актив должен отображаться в балансе украинского предприятия в том случае, если существует вероятность получения будущих экономических выгод, связанных с его использованием, и его стоимость может быть достоверно определена.

Нематериальный актив, полученный в результате разработки, следует отображать в балансе при условиях, если предприятие имеет:

- намерение, техническую возможность и ресурсы для доведения нематериального актива до состояния, в котором он пригоден для реализации или использования;
- возможность получения будущих экономических выгод от реализации или использования нематериального актива;
- информацию для достоверного определения расходов, связанных с разработкой нематериального актива.

Если нематериальный актив не отвечает указанным критериям признания, то расходы, связанные с его приобретением или созданием, признаются расходами того отчетного периода, в течение которого они были осуществлены, без признания таких расходов в будущем нематериальным активом.

Изложенное позволяет сделать вывод, что как украинский, так и российский стандарты бухгалтерского учета требуют наличия определенным образом оформленного исключительного права на объект, МСФО – его подконтрольности предприятию, то есть международный стандарт воплощает принцип приоритета экономического содержания, а украинский и российский вопреки этому принципу отдает приоритет юридической форме.

Между тем интеллектуальные активы можно определить их исходя из уже утвердившегося в мировой практике понятия «активы», под которыми понимаются ресурсы, контролируемые предприятием и полученные в результате сделок или событий прошлых периодов, от которых компания ожидает получения экономической выгоды в будущем. Контролируемость активов означает необязательность их нахождения в собственности компании, это могут быть заемные средства, взятые в аренду и т.п. Таким образом, представляется возможным рассматривать интеллектуальные активы как экономические ресурсы.

Формирование инфраструктуры реализации стратегий управления интеллектуальными активами товаропроизводителей будет способствовать достижению надлежащего уровня конкурентоспособности предприятий, как на рынках товаров и услуг, так и на интеллектуальных рынках; позволит, в окончательном итоге, обеспечить интенсификацию инновационного развития экономики страны.

Выводы. Следовательно, для того, чтобы предприятие стало равноправным участником мирового рынка, ему необходимо правильно оценивать свои активы, в том числе и интеллектуальные.

## ОЦЕНКА ВОСПРИИМЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ К ВНЕДРЕНИЮ ИННОВАЦИЙ

**Литвиненко Е.Д., канд. экон. наук, доц.,**  
*Харьковский торгово-экономический институт КНТЭУ,*  
**Литвиненко А.А., викладач**  
*Харьковский национальный экономический университет*

В современных условиях развития экономики остается актуальным потребность обеспечения прогрессивного роста национальных товаропроизводителей, который возможен путем осуществления инноваций. При этом следует учитывать, что реализация инноваций требует проведения взаимосогласованных организационно-технических, социально-экономических и управленческие изменений. Так как организации имеют разный потенциал осуществления трансформационных процессов, можно выделить различный инструментарий оценивания инновационной возможности (возможности к осуществлению инноваций) предприятий. Зависимость данной возможности от значительного количества факторов усложняет введение количественных формализованных критериев и нуждается в ориентации на динамическое изменение параметров осуществления инновационных превращений в зависимости от стадии организационного развития.

В экономической литературе существуют разные подходы к трактовке понятия инновационная восприимчивость предприятия (ИВП). Эти подходы дифференцируют данное понятие от готовности воспринимать и адаптировать новые технологии [6] к степени готовности предприятия разрабатывать и реализовать инновационные проекты. В.П. Баранчев [2] раскрывает понятие ИВП как возможность удовлетворения потребностей потребителей через предложение им определенных инновационных свойств продукта. Ориентируясь на отмеченное в источнике [4] толкование инновационного потенциала ИВП, можно это понятие рассматривать как готовность предприятия генерировать и внедрять новые (радикальные и модифицированные) идеи для его системного технического, организационного и управленческого обновления.

Наиболее полное определение ИВП представлено в источнике [3] как степень готовности, заинтересованности и возможности предприятия постоянно обновлять факторы внутренней среды путем выявления инноваций. Однако, данное толкование не определяет

направленность на осуществление нововведений в практику хозяйства. Отмеченное многообразие определения ИВП требует выработки соответствующего теоретического обоснования сущности и выработки инструментария оценивания уровня восприимчивости к инновациям первичных звеньев экономики – предприятий.

Целью статьи является обоснование теоретико-методических рекомендаций к идентификации и оцениванию степени инновационной восприимчивости промышленных предприятий. Параметры жизнедеятельности будут определяться как факторами внутренней среды, так и особенностями взаимодействия предприятия с внешней средой. Важным является проведение расчетов инновационной возможности предприятия в направлении использования его отличительных особенностей, которые представляют преимущества в конкурентной среде. Так как осуществление инноваций нуждается в наличии рычагов (показателей) влияния, то потребуются формирование целостной системы показателей, которая будет раскрывать разные направления оценки ИВП.

В процессе разработки системы показателей оценивания ИВП авторами использовались разработки Ю.П. Анискина, относительно уровня развития потенциала инновационно-технологических центров [1] и Д. Хомутского относительно выделения характеристик инновационного развития субъектов ведения хозяйства [5]. Вместе с тем, предложения были расширены выделением уровней оценивания ИВП и введением качественных характеристик инновационной восприимчивости предприятия. При этом, в качестве рабочей гипотезы, предлагается рассматривать уровень эффективности использования инновационного потенциала (табл. 1), как опосредствованную характеристику уровня ИВП.

Таблица 1

Система показателей оценки эффективности использования инноваций

| Группа показателей   | Состав группы  | Характеристика   |
|--|--|--|
| <i>ИВП<sub>ij</sub></i> – общая оценка наличия и эффективности использования инновационного потенциала | <i>ИВП<sub>11</sub></i> – удельный вес инновационной продукции в общем объеме реализации;<br><i>ИВП<sub>12</sub></i> – дополнительный доход от реализации нового продукта; <i>ИВП<sub>13</sub></i> – дополнительная ценность предоставленная потребителю через нововведение;<br><i>ИВП<sub>14</sub></i> – уменьшение производственных расходов от осуществления инноваций;<br><i>ИВП<sub>15</sub></i> – дополнительная прибыль от расширения сегментов рынка инновационным продуктом | Параметры инновации, как ключевого ресурса, который обеспечивает дополнительные конкурентные преимущества и позволяет занимать лидирующие позиции на рынке |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p><i>ИВП<sub>21</sub></i> – эффективность использования потенциала в аспекте реализации изменений технологического характера</p> | <p><i>ИВП<sub>21</sub></i> – удельный вес параметров технологической системы; <i>ИВП<sub>22</sub></i> – удельный вес параметров логистической системы, охваченной инновациями; <i>ИВП<sub>23</sub></i> – показатели состояния использования основных средств (коэффициент износа и обновления); <i>ИВП<sub>24</sub></i> – отдача от капиталовложений; <i>ИВП<sub>25</sub></i> – объемы интеллектуальной собственности</p> | <p>Имеющиеся и скрытые возможности относительно привлечения и продуцирования идей в сфере технологического возобновления и развития</p> |
| <p><i>ИВП<sub>31</sub></i> – эффективность использования потенциала в аспекте реализации изменений организационного характера</p> | <p><i>ИВП<sub>31</sub></i> – соотношение доходов и расходов на создание условий восприятия инноваций; <i>ИВП<sub>32</sub></i> – степень удовлетворения потребностей научно-технических специалистов в необходимой информации; <i>ИВП<sub>33</sub></i> – степень соответствия имеющихся информационных фондов инновационным заданиям предприятия</p>   | <p>Возможность организационно-структурной перестройки для максимизации эффекта от осуществления инноваций</p>                           |
| <p><i>ИВП<sub>41</sub></i> – эффективность использования потенциала в аспекте реализации изменений социального характера</p>      | <p><i>ИВП<sub>41</sub></i> – отдача от расходов на социальное развитие; <i>ИВП<sub>42</sub></i> – производительность труда; <i>ИВП<sub>43</sub></i> – количество инновационных идей, выдвинутых сотрудниками; <i>ИВП<sub>44</sub></i> – фондовооруженность труда; <i>ИВП<sub>45</sub></i> – удельный вес реализованных инновационных идей; <i>ИВП<sub>46</sub></i> – отдача от расходов на мотивацию</p>                  | <p>Параметры институционального развития. Эффективность норм и правил коммерциализации новых знаний</p>                                 |
| <p><i>ИВП<sub>51</sub></i> – эффективность использования потенциала в аспекте реализации изменений экономического характера</p>   | <p><i>ИВП<sub>51</sub></i> – финансовый результат от реализации инновации; <i>ИВП<sub>52</sub></i> – рентабельности инноваций; <i>ИВП<sub>53</sub></i> – дисконтированная стоимость по реализованным и запланированным проектам превращений; <i>ИВП<sub>54</sub></i> – динамика чистого денежного потока; <i>ИВП<sub>55</sub></i> – коэффициент самофинансирования инвестиций</p>   | <p>Совокупность ресурсов, которые могут быть привлечены и использованы для расширенного воссоздания факторов производства</p>           |

Действительно, рост эффективности использования потенциала основывается преимущественно на действии позитивных кругов обратных связей. При этом образуется представленный на рис. 1 круг роста инновационной возможности. Соответственно улучшение каждого из

поданных в табл. 1 показателя будет характеризоваться увеличением уровня ИВП, которое также может моделироваться как множество определенного ряда показателей  $\{ИВП\}$ .

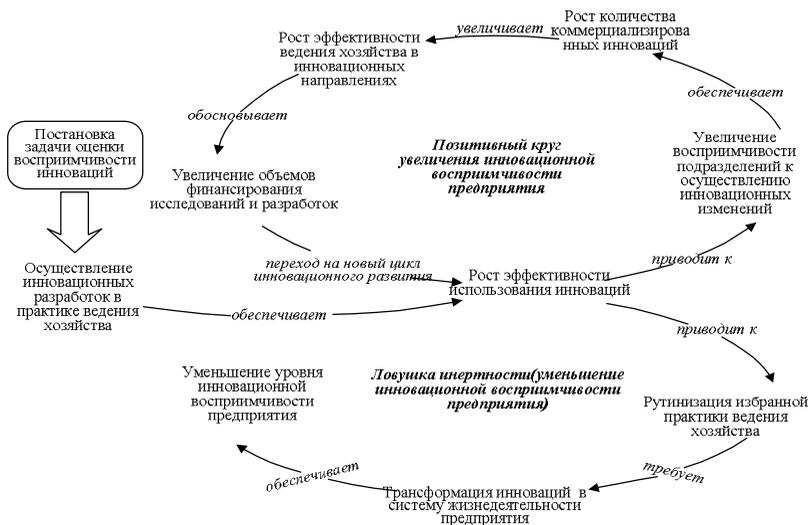


Рис. 1. Круг изменений инновационной восприимчивости предприятия

Ориентируясь на рисунок предлагается возвести процедуру оценивания ИВП до формирования перечня темповых переменных.

Таким образом, в статье представлена методика расчета восприимчивости предприятия осуществлять трансформационные процессы по внедрению инноваций в определенные сферы жизнедеятельности предприятия. Использование данной методики позволяет ввести количественные параметры в систему управления стратегическим развитием предприятия и ориентировать её на использование принципа постоянного совершенствования.

#### Список литературы:

1. Анискин, Ю. П. Корпоративное управление инновационным развитием / под ред. Ю.П. Анискина. – М.: Омега-Л, 2007. – 411 с.
2. Баранчев, В. П. Измерение инновационной активности компании как её конкурентной силы / В.П. Баранчев // Менеджмент сегодня. – 2004. – № 4. – С. 12–17.

3. Лепейко, Т. І. Вплив середовища підприємства на його інноваційну діяльність /
4. Т.І. Лепейко, Т.П. Близнюк // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2007. – Випуск 224. – Том III. – С. 677–692;
5. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 316 с.
6. Хомутский Д. Как измерить инновации / Д. Хомутский // Управление компанией. – 2006. –№2. – С. 23-27.
7. Янковский К. Организация инвестиционной и инновационной деятельности // К. Янковский, И. Мухарь. – Спб.: Питер, 2001. – 448 с.

## THOUGHT PROCESSES OF MODERN MANAGERS

**mr Lilić Vladana,  
mr Đuretić Gordana,  
mr Gijić Nebojša,**

*Faculty for Education of the Executives, Alfa University, Belgrade, Serbia*

**Abstract:** *Understanding and avoiding the trap of thinking is just one aspect of proper thinking and reacting. It is necessary to improve the quality of the thought process, which means we should consider our style of thinking, and noticing moments when it is necessary to change the method of thinking. By accepting the position that any form of thinking has its value, we have an opportunity to evaluate and make a decision about whether we apply the correct method of thinking in a given situation.*

**Keywords:** *management, thinking, skills*

### INTRODUCTION

In circumstances of high risk, good managers need to know which model of thinking should apply. Why for example, people (even professionals and managers) acting in the worst interests of themselves or their employees? Whether such behavior can be predicted and prevented?

Intrusive thoughts that cause people the most problems are those associated with security and the struggle for survival.<sup>1</sup> There is a tendency to tie ourselves to negative thoughts, for which we think is impossible to survive without them. Negative feelings have only the power we added to them. Adhering to them, we give them that power.<sup>2</sup> Preference to their adherence rests on the belief they are necessary for our survival; a necessary condition for our acceptance by others.

Expectations about the behavior of people in the region, largely determines whether people will cooperate mutually. The original expectation is hard to adjust, and, above all, it is true in the case of negative performance. Own expectations become self-realized prophecy – Those who starts with egoism, will meet a non-cooperative behavior by people. Conscious man who wants good for itself and others, must invest in the general benefit, and so fulfill the positive expectations of the people who will render with a positive

---

<sup>1</sup>Maslow A. 1970, *Motivation and personality (2nd ed.)*. New York, Harper & Row

<sup>2</sup> Laut Phil 1998, Novac je moj prijatelj, Stjecanje svijesti o finansijskoj uspješnosti, Zagreb, Poduzetništvo Jakić

action for the common good of all. It is known that one can be happy only in a happy environment.

### **THOUGHT TRAPS WITHIN MANAGERS<sup>3</sup>**

1. Magical thinking works like this - What every man should have is a motto and the will. If we do not have will, what we want will not accomplish. Therefore, it is necessary that we want to work hard enough and so we will achieve our desires. If we do not get what we want, it is because we choose so, and because we did not make enough effort. We must know that the will is a cunning trump, that nothing should be planned and that with enough optimism and faith everything will be all right. In any bookstore, in the "self-help" section, the shelves are full of guaranteed recipes for success, wealth and love. A cynic would ask - why, if it is so easy, so many is unfulfilled, and they have to buy these books. It seems there are two significant points: a) if we want something enough and we imagine it, it will come b) if that seems a bit strange, we can resort to "school" of the will. If we do not get what we want, it is because we have decided not to get it. If you want something enough, make effort and you will get it.

Magical thinking is often manifested in the business. For example, we need a new motto to set us in motion. The motto is based on the power of imagination and often lacks any evidence that the mission is possible, or, say, an idea that needs to be done, or be able to complete the work successfully. The attraction of magical thinking is that it frees us from a lot of thought and a lot of needlessness. A will is a tricky asset. You do not need to plan here - just start with enough energy and enough optimism, and all will be just it should be. If not, it means we didn't believe enough or didn't make enough efforts. In the absence of science and any logic to investigate the cause and effect, primitive people found refuge in superstition and ritual. Every time "a guaranteed recipe and the six points that cannot fail" attract us, we fall under the charms of magical thinking. It is desirable to train the perception of such thinking in ourselves and in others, and avoid it at all costs.

2. Preference to status QUO. This is a systemic error in thinking about risk. In order to have any chance in dealing with risk effectively, we need to classify two types of risks, a) the risk arising from the work. When we decide to do something, we are aware of the risks involved, even though we are not very good at assessing its difficulty, or planning how to overcome them b) the risk arising from idleness. The strange thing is that this type of risk often

---

<sup>3</sup> Dryburgh Alastair 2011, *Everything You Know About Business is Wrong*, UK, London, Headline Book Publishing

seems safe. However, we can hardly conjure up a vision of regretting for lost opportunities, arising from our decision not to take action. This vision seems to be much less vivid and convincing, than the vision of failure which arise when we act in a certain direction.

In today's business, the status quo is no longer an option, because technological advances, demographic changes, globalization and efforts of our competitors, already diminish our current, comfortable, familiar platform. Old situation, i.e. the future exceeds the status QUO, namely by the technological progress, globalization and the introduction of the new changes.

3. Isolation. When making decisions it is important to have bigger and broader view of context and not be viewed too narrowly, because then there is insulation on the market. This can be explained on the example of Nokia mobile phone company. Nokia for years has been successful on the market offering mobile phones based on the "Symbian" operating system. Not thinking about the so-called smart phone phenomenon with a better operating system (Apple or Android), lost its place on the market. In order to survive, introduced a modern operating system in cooperation with Microsoft.

4. The general aversion to risk. Risk used to take great danger of a catastrophic outcome. People today have more options and reserves, and depending on the funds can experiment and try out.

5. The basic attribution error. This can be defined as a tendency to overestimate the disposition, or observation of behavior based on the personality of others, while underestimating situational explanation for this behavior. This means that when people do not like something, we tend to explain this with, "They are such" instead to say, "This is what should be expected, considering their situation".

## **LEVELS OF OPINIONS**

Knowing and avoiding traps is only one aspect of proper thinking and reacting. It is necessary to improve the quality of the thought process, which means that we should consider our style of thinking, and see moments when we should change our style of thinking.

1. Reflex action. This is also known as a conditional reflex. If we see or hear something many times, each time we are going to react the same way, because it is our reflexive reaction<sup>4</sup>. There is a stimulus - something we see, or hear, or smell it that causes our reaction. The same stimulus, if

---

<sup>4</sup>Pavlov I. Petrovich 2003., Conditioned reflexes: an investigation of the physiological activity of cerebral cortex, USA, New York, Dover Publications Inc

experienced a hundred times, will always lead to the same results, regardless of the context.

The advantages are speed and the fact that reflex always seems right. For example, if there is a decline in the performance of departments in a company, we conclude that the workers were not able to do the job, that they need training, or that they should be fired. Profit declines – it is necessary to reduce costs (of production), sales decline - our prices are too high. In the best case, these reactions are very controversial (subject to review). In the great number of cases, they are wrong.

2. Algorithm or checklist. The algorithm and reflex reactions are used for making simple decisions. Unlike a reflex reaction, it works at the conscious level. For any given situation there are certain issues and to each of these questions must be provided answer.<sup>5</sup> There are two shortcomings of the algorithm. First, it is slower than the reflexes, and sometimes there is not enough time to gather data, as well as thought processing. Secondly, the algorithm requires that the situation is relatively clear. The choice of possible actions should be clearly defined, and possible alternatives should be few in number.

Many engineers, technicians and people with similar occupations use algorithms. This type of reasoning is more sophisticated than reflex reactions. First, this way of thinking examines the precise nature of what stimulates us (e.g., the pilot, “does the engine failed or it was engulfed in flames?”). Second, such a mode of thinking looks at things in context (whether the airport is in my range?). This type of reasoning allows different answers depending on the first two points, and the subject is aware of the fact that he makes a decision when it is processing things through the algorithm.

Two already mentioned methods - reflex response and algorithm, are used for majority of decisions. However, some cases require something stronger tools (in opinion).

3. Creative thinking. With creative thinking, there is the initial question, and a range of ways to handle it.<sup>6</sup> In the middle is a cloud or fog of uncertainty. We need somehow to move through the fog to get to the response, and finally get to it. This kind of thinking is the most appropriate framework for specific issues such as, "How this business should look for five years?" This is a powerful way of thinking, but it is difficult to fix it and

---

<sup>5</sup> Potter L. Kevin 2010., *The Imaginary Research Algorithm*, USA, El Segundo, Potter Analytics LLC

<sup>6</sup> Radosavljević Života 2008, *Menadžment znanja i (ili) znanje u menadžmentu*, Beograd, FORKUP, 126

frame it, so many in the business world believe there are many disadvantages, for example, uncertainty (What is in the fog? How to move through the fog? Would I lose in it, would I wander in a circle?), and the time aspect (the exact time of solving the problem is not known).

### **TO OPT FOR THE LEVEL OF THINKING**

All three types of opinions have their own application. The point is to make sure that we have selected the right type of reasoning for that purpose. How to decide? Reflex response function when we do not care what causes the effect we see. The algorithm is better if we want to investigate the causes. I see X. If it is caused by factor A, then, therefore, it is necessary to do Y. If is, however, caused by a factor B, then we need to do Z.

Suppose our profit is reducing. Reflex reaction is to reduce costs. Our algorithm can lead us to consider two possible causes. Perhaps profit falls because the costs are too high, in which case we should reduce them. On the other hand, perhaps this is due to the fact that prices are falling due to competition from other markets. If so, cost reduction is probably not the right answer.

Creative thinking is the last option. It is powerful, but unpredictable technique that should be used when the problem is not clear enough, to be solved using one of the two above described methods. Creative thinking should be applied in resolving important issues, such as, “What our business provides?” or “Should we continue to produce these products?”

It is necessary to test our thinking<sup>7</sup>, observe ourselves, and our thinking during a week. How many decisions we make in a reflex way, moving from the problem to the solution? How many decisions we make using some form of algorithm? Perhaps we are not moving through a series of questions deliberately, but if we ask ourselves what are the possible causes of what we see, or which might be an alternative directions of our activities, then we apply the algorithm. How much decisions we make through the creative process?

After that, it is necessary to ask yourself a few questions. Where we were reacting reflexively in deciding when we can or should use an algorithm? Conversely, if there were situations where we have used the algorithm when it is not supposed to do? Are there any types of decisions for which the process of deciding who has particular stadiums, but always come to the same answer? Can we stop thinking in such cases and simply react? Where we were applying creative thinking? Was it good decision? Can we

---

<sup>7</sup> Dryburgh Alastair 2011, “Banish caveman thinking”, *Management Today*, Teddington Studios, UK, Teddington, septembar 2011

reduce the decision making process to an algorithm? If we did not use the process of creative thinking, what is the cause? Taking all this into account, and accepting that every form of thinking has its value, we will be able to make a decision on whether we use the correct method of thinking in a given situation.

### **RESUME**

Each form of thinking has its value and knowledge of their mechanisms is achieved by the ability to choose the most appropriate at a time, in order to make a correct decision.

The field of management requires a person who must be ready for anything, the person who has to work on itself and master its skills. With constant practice, persistence and experience unpleasant situations can be avoided, and achieve success. In doing so, i.e. before and during the meeting must be focused on the story of conversationalists, our behavior, answers we provide and our body language. Those things contribute to our behalf or our disadvantage. Therefore, the work experience is accompanied by all the above cited skills, success is possible, and the likelihood of achieving the goal increases significantly.

It is clear that if the manager overcomes the pitfalls of thinking it can make great progress in its efficiency. Of crucial importance is to take a position of consensus. If most people behave in a given situation, and not in a specific way, one should assume that it is a result of the situation, rather than preferences of an individual. It is desirable to ask how we would have behaved in a given situation. It is necessary to be aware of the hidden causes and effects of the organizational structure.

### **Reference:**

1. Dryburgh Alastair 2011., "Banish caveman thinking", Management Today, Teddington Studios, UK, Teddington, septembar 2011.
2. Laut Phil 1998., Novac je moj prijatelj, Knjiga na stranom jeziku / Book in foreign language Stjecanje svijesti o financijskoj uspješnosti, Zagreb Poduzetništvo Jakić.
3. Pavlov I. Petrovich 2003., Conditioned reflexes: an investigation of the physiological activity of cerebral cortex, USA, New York, Dover Publications Inc.
4. Potter L. Kevin 2010., The Imaginary Research Algorithm, USA, El Segundo, Potter Analytics LLC.
5. Radosavljević Života 2008., Menadžment znanja i (ili) znanje u menadžmentu, Beograd, FORKUP, 126.
6. Maslow A. 1970., Motivation and personality (2nd ed.). New York, Harper & Row.

## ABUSE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE IN BUSINESS

**Radisav Luković,  
mr Nebojsa Gijić,  
mr Aleksandar Vasev**

*Faculty for Education of the Executives, Alfa University, Belgrade, Serbia*

**Summary:** *Very often we encounter people with a well developed IQ and EQ who are very successful, but they abuse both IQ and EQ to be even more successful in their careers. These people are never satisfied with what they have accomplished, every accomplishment brings them short pleasure, and the ruthlessly trample everything that comes into their way. Good leaders are what is needed then, those who can identify such abuse and turn it into an advantage.*

**Key words:** *EQ, leadership, abuse.*

*"To act smart, the brain alone is not enough."*

### **Introduction**

For more than 15 years, the concept of emotional intelligence (EQ) has transformed into an elegant name for business books related to management, for anyone who wants to climb up the slippery top quicker than the others who are also trying to reach it. Smart, friendly and sensitive to the mortals on the lower position, EQ becomes a leaders' tool for managing everywhere. EQ is a powerful technique, researchers in this area say, but also it has a potential for abuse. EQ gives opportunity to many who have it to abuse it, and it is in the human nature to be easily lured by something that can bring them benefit and success. Thus, there are many cases of abuse of EI, ie. the use of its "dark side".

Emotional intelligence consists of non-cognitive capabilities, competencies and skills that affect a person's ability to cope with environmental demands and pressures. Emotional intelligence is gained in part by genetic inheritance, but significantly by the learning process. Some sources say that EQ has its biological roots - biological sources of "emotional wisdom".

What constitutes EQ tells about what EQ is and, consequently, how great and how it will be, and the constituents are: self-awareness, ie, awareness of one's own characteristics, emotions, desires, one's own system of evaluation, behavior, etc, then- the skill of self-conduct, ie, skill of using one's emotions according to oneself, others and the situation, then- social

consciousness, ie, understanding and knowledge of other people, and interpersonal relationships, ie, communication skills, verbal and nonverbal, with others including a self-awareness and self - conduct, as well as the knowledge of social consciousness.

### **EQ in business**

EQ is a subset of social intelligence that involves the ability to monitor one's own and others' feelings and emotions. Not so long ago, EQ was advocated as a way to improve relations, to be a better parent, a better student, and, most importantly, a better leader, salesperson, manager and team player. There are many claims that emotionally intelligent employees sell more, or give better results and manage the difficult times better . There are at least 15 different EQ models, covering features such as self-motivation, optimism, conscientiousness, reliability, and many other that are not mentioned in the original brief description of EQ.

IQ is unchangeable constant that within its borders can be improved, whereas the EQ is flexible and can always be developed. Yet, despite all the development and progress, they are both abused. Since both IQ and EQ are not enough no matter how developed, in order to avoid misuse, EQ should also be addressed in the study. It is a spiritual intelligence that involves spiritual maturity, a sense of right and wrong, our relationship with ourselves and others, which by itself cancels abuse in any form. Therefore, during each work it is necessary to work on your own spiritual maturity, and above all, through study of ethics, and then philosophy and religion. Without such further work on yourself, despite the high coefficient of IQ and EQ, the abuse of them will be very common. And with that in perspective there may come up: constant dissatisfaction with one's life, depression and even mental disorders.

Leadership is the process where an individual (leader) affects other individuals, group or organization to achieve a common goal, and it includes the ability to lead employees to achieve outstanding results. So, every leader must have a high level of EQ in order to be able to manage the organization and people. EQ gives them the ability to "read" people and their feelings and thoughts. In order to maintain good will and enthusiasm of the staff cooperation, and also to attract qualified candidates and outside the organization - just business, openness and consistency to the people is necessary. A leader should be aware of the reality that people are not inclined to verification of their less desirable traits in the employment, and that they always carry these characteristics with them. Part of the leadership challenge

deals with the consequences of this fact. Abuse of EQ in business will soon be extended to all human behavior and action.

#### EQ above IQ

Today, there are plenty of EQ courses, seminars, conferences and training programs, and some companies have fully accepted the idea to actively recruit and promote on the basis of the results of EQ. However, the new report by Professor Martin and Dr Kilduffa Jochen Menges with Legal - Business School, Cambridge, and Assistant Professor Dan Chiaburu at Mays Business School, Texas, convincingly argues that there may be a dark side of emotional intelligence, which can be used to manipulate, spin, intimidate and generally to inflict the will of the others to an individual. They noticed that people used these EQ skills in competitive rather than cooperative environment, and the question was what to do if people wanted to outperform each other than to agree?

Some people are Machiavellian and use every trick to get to the goal. They use other people trying to climb over them, to reach the top. The dark triad of personality -narcissistic, Machiavellian and psychopaths have common characteristics: social malevolence and hypocrisy, selfishness and aggression, and emotional coldness. There are organizations where such behavior really represents a way of work.

Maier and Salovei listed four basic EQ skills of abuse, and they state four invisible tactics that are closely associated: 1 observation (perception) of emotions in self and others, 2 the effect of one's EQ on someone's thinking and decision making, 3 understanding and describing emotions, and 4 managing one's own and emotions of others can also be used for strategic emotion detection, concealing and expressing emotions for personal gain, the use of meaningless jokes to challenge and shape the emotions of others, and one of the most evil reasons - controlling the flow of emotional communication.

For the strategic perception of emotions, the researchers suggest that those who abuse the EQ will study colleagues according to the traces of their emotional states using their well-conducted emotional antennas to pick up nonverbal clues. But, even those more self-sufficient will focus on those that are most important to them, and use that information collected for their benefit. They may appear as if they were sympathizing with their colleagues, while in reality it is the opposite case. "The emotions of others are then ignored," says Menges.

Bosses who have negative EQ can focus on the emotions of their employees for a short time, perhaps for cynical reasons, for example., so that the employees would feel important, to work more quickly when they need

quick results. Employees who seek to profit on account of their EQ, at the same time become the subject of emotional analysis of their superiors, seeking ways to align with their expectations, while they look mysteriously accustomed to their world.

Rivals are also closely observed for the detection of traces in connection to their status in the organization, to figure out whether they are allies or potential threats. Detecting emotions is especially prevalent in critical periods - for example, during the assessment, the period of notice of cancellation or a bonus period, or promotion period (when there is intense anxiety). Some try to collect credits for results that were not the effect of their work, or disparage others. Often there are statements such as, "I should be paid more, because, frankly, a person X, Y and Z are useless." This revealing approach generally fails, because of course - even the least emotionally intelligent manager can perceive such obvious tactics. But researchers say that if those who use EQ are trained more, their approach is more subtle - the real expert will work on trust with their bosses, so quietly insinuate that certain colleagues are far below their abilities and dedication.

Just as individuals who use the dark side of EQ examine the emotions of others, they are also skilled in control of revealing their emotions. As a good poker player, they can conceal the inner turmoil with a neutral facial expression, or to convincingly smile when faced with a hopeless situation. A masterful player will convincingly express strong confidence, although he does not hold all in his hands, just to get ahead. It is not unreasonable to speculate that the dark side of EQ can play a major role in the "success" of corporate criminals.

Those who are adept at emotional manipulation can also trigger and shape the emotions of others, while pretending all the time to be compassionate listeners. His compassion may mask the true intent to help us interpret the judgments of our manager, in a way that suits him, pointing out the negative and dropping the positive ones. This strategic compassion can be used for taking off balance of anyone who seems to be a potential threat.

Those skilled in gaining the trust can also use this ability to take a central place within the social and communication company network - giving themselves control over the flow of information and gossip. The advantages are obvious - they can encourage rival's criticism and allies' positive reviews, and establish a reputation of an honest broker.

The levers of control are different for managers and employees. Managers can withhold information, or use the "supervisory silence" - a lethal weapon. We will know that we have been a target if we were excluded from important meetings, and if, for example, an important e-mail was not

sent to us. However, the information flow is a two-way street. Employees can exercise a powerful influence over what the head does. Anything that reflects badly for them can be detected, the chief praise can be excessive, and a bad news can be made less bad. And, of course, those close to the leader can delegate their peers' comments, adding what they want to accomplish a particular result.

Still there is no research which found a way to prevent abuse of EQ. However, the authors of the above statement believe that it is almost impossible to see really good actors of the dark side of EQ. So those who want to "feel" the loyal followers of the dark side of emotional intelligence will have to rely on your instincts.

### **Conclusion**

The Machiavellian view that the goal justifies the means, is an example of misuse, ie. of the dark side of EQ. Manipulation, deceit, sycophancy, intimidation, lying, seducing the wrong way in order to achieve their interests, are just tools of the abuse of EQ. All this may be done by an individual, group, organization, company, media, industry, country or group of countries, etc..

Abuse shows only how to use EQ and not of the same height as the one who talks aboutis abuse. Why someone uses his either positive or negative EQ depends on the personality of the individual. In EQ abuse, these are deviant personalities, loaded with complexes, vanities, narcissistic people, eager for success at any cost, overly ambitious, people seeking admiration not love, greedy, aggressive, heartless people, or people with abnormal sensitivity, psychopaths, etc..

The suppression of the natural inclinations of sympathy with relieves cruelty to others. The lack of compassion for others, concern for others, lack of understanding of others, the presence of emotional coldness and insensitivity, even having the need to harm others by abusing EQ in order to prove themselves, are the evidence that someone is suffering from various inhibitions that he is unconscious of, creating a false image of oneself and then of the others.

Generally, people who abuse EQ deceive themselves with a false image of themselves, not to mention others. Even when they say that they love someone, in fact, they just love their own beautiful image in the eye of others. Many of such individuals have no awareness that this is abuse. According to them, abuse is something quite normal, smugly saying that this is an ability, and that the "unfit" should fail.

### References:

1. Alexander Rebecca 2011., „The Dark Side of Emotional Intelligence“, Management Today, Teddington Studios, UK, Teddington, april 2011.
2. Figar Nadica 2007., Upravljanje resursima preduzeća, Niš, Ekonomski fakultet Niš.
3. Goleman Danijel 2009., Emocionalna inteligencija, Beograd, Geopoetika.
4. Lakićević Dragan 2002., Misli Dostojevskog, Beograd, Dereta.
5. Lewis Michael, 1989. [Liar's Poker](#): Rising through the Wreckage on Wall Street, New York, [W.W. Norton](#).
6. Marković Aca, Kulić Živko 2009., Osnovi upravljanja ljudskim resursima, Beograd, Forkup.
7. Mayer J. D. & Salovey P. 1997., What is emotional intelligence? In P. Salovey & D. Sluyter (Eds). Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educators, New York, Basic Books.
8. Paulhus Delroy, Williamsn Kevin 2002., „The Dark Triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy“, Journal of Research on Personality, 36, no. 6.
9. Zohar Danah, Marshall Ian 2002., SQ Duhovna inteligencija – Suštinska inteligencija, Zagreb, Equilibrium.