



**МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЗАОЧНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

**«ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ
И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА»**

Новосибирск, 2012 г.

УДК 33.07
ББК 65.050
Т 33

Рецензент — Леонидова Галина Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент, заведующий лабораторией исследований проблем трудового потенциала ФГБУН Института социально-экономического развития территорий РАН.

Т 33 «Теоретические и практические аспекты экономики и менеджмента»: материалы международной заочной научно-практической конференции. (23 июля 2012 г.) — Новосибирск: Изд. «Сибирская ассоциация консультантов», 2012. — 166 с.

ISBN 978-5-4379-0122-9

Сборник трудов международной заочной научно-практической конференции «Теоретические и практические аспекты экономики и менеджмента» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной экономики и менеджмента.

Данное издание будет полезно аспирантам, студентам, исследователям в области практической экономики и менеджмента и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития данного направления науки.

ББК 65.050

ISBN 978-5-4379-0122-9

Оглавление

Секция 1. Банковское и страховое дело	7
ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА БАНКОСТРАХОВАНИЯ (BANCASSURANCE) Петрикова Виктория Александровна Гаврилина Наталья Евгеньевна	7
Секция 2. Инновационные подходы в современном менеджменте	12
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОЧКИ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ПРИ ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В КОРМОПРОИЗВОДСТВЕ Бекулов Хабас Мухамедович Бекулов Вячеслав Хабасович	12
Секция 3. Маркетинг	16
МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ МУНИЦИПАЛЬНОГО ТРАНСПОРТА Комарова Диана Константиновна Комарова Светлана Евгеньевна	16
РОЛЬ БРЕНДА В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Кузнецова Нина Владимировна	23
ИННОВАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ Яне Ирина Сергеевна Холодова Ирина Александровна	28
Секция 4. Мировая экономика и международные экономические отношения	33
РОЛЬ ЦЕПОЧКИ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИТ-КОМПАНИИ Ашмянская Инна Сергеевна	33
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ РЕЙТИНГИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИМИДЖА СТРАНЫ Козлова Анна Игоревна	39

РОССИЙСКО-КИТАЙСКИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ Кравченко Екатерина Александровна	44
Секция 5. Проблемы макроэкономики	49
ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ И ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ Макаревич Анна Николаевна Штыкова Юлия Андреевна	49
Секция 6. Теория современного менеджмента	53
СТРУКТУРА ФАКТОРОВ ОКРУЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ Абрамов Виктор Иванович	53
СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ИНВЕСТИЦИОННОГО РИСКА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Леонова Наталия Георгиевна	58
Секция 7. Управление изменениями	64
ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И УСЛУГ Азизов Эльман Адалять оглу	64
Секция 8. Финансы и налоговая политика	67
ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА И РОЛЬ МЕСТНОГО БЮДЖЕТА Коноваляк Оксана Владимировна Кравченко Павел Владимирович	67
ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ Ширяева Наталья Викторовна	71
Секция 9. Экономика и управление качеством	76
УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ТУРИСТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ Жиленко Вилена Юрьевна Лаптева Елена Александровна	76

Секция 10. Экономика труда и управление персоналом	80
ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ УСЛУГ Латышева Ольга Борисовна	80
Секция 11. Экономические аспекты регионального развития	88
СОСТОЯНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В НЕФТЕГАЗОВОМ КОМПЛЕКСЕ Акоева Ирина Владимировна	88
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НОВОГО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ СО СЛОЖНЫМИ ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКИМИ УСЛОВИЯМИ Дербас Наталья Валерьевна Немчанинова Мария Александровна	92
МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА Долгов Александр Сергеевич	97
ПАРТНЕРСКИЕ ОТНОШЕНИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА КАК СОВРЕМЕННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ Кладкина Сассылана Николаевна	104
МЕЖВУЗОВСКОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ Куликова Юлия Павловна	108
ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ: ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ, ПОДДЕРЖКА И РЕГУЛИРОВАНИЕ Михайлушкин Павел Валерьевич Баранников Антон Александрович	113
ПАРКИ ОТДЫХА ЛАТВИИ В АСПЕКТЕ АНАЛИЗА ТУРИЗМА Улдис Плумите	120

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ПАРКОВ ОТДЫХА ЛАТВИИ Улдис Плумите	125
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО КООПЕРАТИВНОГО ДВИЖЕНИЯ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ И РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ) Семенова Виктория Викторовна	131
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК СПОСОБ ОЦЕНКИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ) Скачков Роман Анатольевич Соболева Яна Олеговна	136
ФИНАНСИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ОБЪЕКТЫ ЖКХ Тальянов Сергей Юрьевич	141
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА Халитова Лариса Рафиковна	147
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ Щербак Андрей Викторович	151
ПРИОРИТЕТНЫЕ ОТРАСЛИ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА СЕВЕРНОГО РЕГИОНА ВИДЗЕМЕ В РЕГИОНАЛЬНОМ АСПЕКТЕ ЛАТВИИ Айгарс Юдзис	157

СЕКЦИЯ 1.

БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО

ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА БАНКОСТРАХОВАНИЯ (BANCASSURANCE)

Петрикова Виктория Александровна

*студент III курса ФГБОУ ВПО «Астраханский государственный
технический университет», г. Астрахань*

E-mail: sorbonna92@bk.ru

Гаврилина Наталья Евгеньевна

*канд. экон. наук, доцент ФГБОУ ВПО «Астраханский
государственный технический университет», г. Астрахань»*

E-mail: gavrilinan.e@mail.ru

Концепция банкострахования заключается в интеграции банков и страховых компаний с целью координации продаж, совмещения страховых и банковских продуктов, каналов их распространения или выхода на одну и ту же клиентскую базу, а также доступа к внутренним финансовым ресурсам партнера [2, с. 44]. На практике более широко распространена дистрибуция страховых продуктов через банковские учреждения.

Российские банки и страховые организации начали осуществлять взаимодействие и постепенное объединению каналов продаж с начала 2000-х гг. В отличие от стран Европы и США, отечественная концепция банкострахования начала своё формирование в период незрелости банковской и страховой сфер, что обусловило иные, чем на Западе, цели данного сотрудничества. Изначально направление bancassurance выступало в России в роли дополнительного канала продажи банковских и страховых услуг для увеличения дохода, а не в качестве оптимизации и диверсификации бизнеса для повышения его эффективности. Однако с развитием рыночных отношений, объединением компаний в финансово-промышленные группы и холдинги концепция банкострахования в России стала

пересматриваться в пользу взаимовыгодного сотрудничества банков и страховщиков, установления тесных долгосрочных отношений с клиентами, непрерывного внедрения инновационных программ.

В настоящее время в стране преобладает модель банкострахования «стратегический альянс с целью распространения продуктов». Для того чтобы начать сотрудничество со страховой компанией, банк должен осуществить её аккредитацию, предъявив ряд требований к работе страховщика.

Стоит отметить, что мировой финансовый кризис 2008-2009 гг. оказал существенное влияние на становление рынка банкострахования в России. В результате темп прироста объёма рынка заметно снизился, а в 2009 г. наблюдалось сокращение объёма на 10 % (рис. 1).

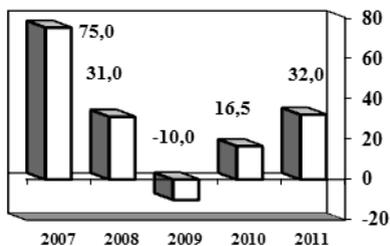


Рисунок 1. Прирост объема рынка банкострахования в 2007—2011 гг., %.

Источник: разработано авторами на основе данных «Эксперт РА».

Однако, по мнению ряда аналитиков, кризисные явления в отечественном банкостраховании проявились не так заметно, как в ведущих западных странах вследствие недостаточной развитости данной области в России. Следует констатировать сокращение объёмов продаж страховых услуг через банковские каналы в связи со сворачиванием программ кредитования, однако катастрофического роста выплат страховых возмещений банкам не произошло [3, с. 4]. Вместе с тем, в 2009 г. рынок bancassurance не упал ниже докризисного уровня (около 70 млрд. руб.), составив 82,53 млрд. руб. В 2011 г. его объем оценивался более чем в 125 млрд. руб. [1, с. 4].

Несмотря на кризис, банкострахование как канал продаж вносит ощутимый вклад в привлечение клиентов. Об этом свидетельствует рост его доли в общем объёме российского страхового рынка (рис. 2). В качестве причины данной тенденции стоит назвать активную

продажу страховых полисов при значительно увеличивающихся объёмах кредитования.

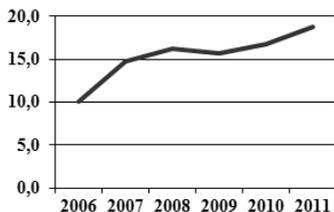


Рисунок 2. Доля банкострахования в общем объёме рынка (без учета ОМС), %.

Источник: разработано авторами на основе данных «Эксперт РА».

Изучение российской специфики сотрудничества банков и страховых компаний позволило сделать вывод, что фактически существует три направления российского банкострахования: розничное (страхование при автокредитовании, ипотечное страхование, страхование жизни заёмщика по потребительским кредитам), корпоративное (риски повреждения или утраты залогового имущества) и рисковое (страхование рисков банка — ДМС и имущественное страхование, комплексное страхование ВВВ). В ходе исследования удалось установить, что общая структура рынка bancassurance в России в течение 5 лет менялась мало: наибольшую долю занимает розница (78,4 % взносов, собранных через банковский канал); на долю корпоративного и рискового направлений приходится соответственно 16 % и 5,6 %. Очевидно, что своим ростом в тот или иной год рынок банкострахования обязан высоким темпам прироста розничного направления. В докризисный период «локомотивом» было страхование при автокредитовании и сегмент ипотечного страхования (прирост 95 %). Однако в посткризисный рост рынка, по данным «Эксперт РА», наибольший вклад был внесен страхованием жизни и здоровья заёмщика при потребительском кредитовании (прирост 128,4 % в 2010 г. и 53 % в 2011 г.) [1, с. 6]. Объём нового бизнеса по автострахованию после кризиса демонстрирует тенденцию к сокращению, что объясняется перетоком данного вида страхования из банковского канала в дилерский, поскольку оформление кредитов в настоящее время также возможно непосредственно в дилерских центрах. В свою очередь, рост ипотечного страхования замедлился за счет отказа клиентов от пролонгации старых договоров.

Что касается участников рынка банкострахования, то 2011 г. характеризуется быстрым ростом страховых компаний, аффилированных с банками (кэптивных компаний) (рис. 3).

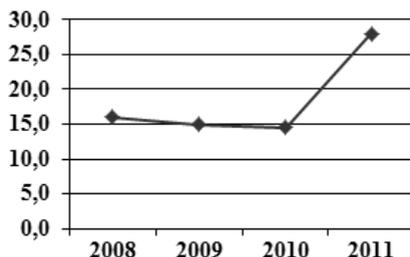


Рисунок 3. Доля кэптивных компаний в банкостраховании, %.

Источник: «Эксперт РА».

Так, из 20 крупнейших страховщиков по объему взносов, собранных через банки, по темпам прироста премий в тройку лидеров входят кэптивные страховщики: ООО СК «ВТБ Страхование», ГСК «СОСЬЕТЕ ЖЕНЕРАЛЬ Страхование», ГСК «Русский стандарт», аффилированные соответственно с ОАО «Банк ВТБ», АКБ «Росбанк» и ЗАО «Банк Русский Стандарт». В последние годы продолжается тенденция к формированию на рынке крупных финансовых групп, внутри которых осуществляют взаимодействие банки и страховщики. К примеру, Сбербанк приобрел «Альянс Лайф», Россельхозбанк — «Газгарант». Приобретение российскими банками страховых компаний и перевод страхового бизнеса в дочерние структуры во многом обусловлены политикой Федеральной антимонопольной службы (ФАС), принявшей в 2011 г. решение, позволяющее банкам ограничивать круг страховых компаний при коллективном страховании банковских заёмщиков. Более того, в начале 2012 г. президиум ФАС постановил, что право выбора страховщика по договору личного страхования заёмщика должно принадлежать банку [1, с. 31]. До этого ФАС видела во взаимоотношениях одной страховой компании с банком или несколькими страховыми компаниями сговор, что приводило к взысканиям.

Наконец, обострившаяся в кризисные годы проблема демпинга продолжает осложнять взаимоотношения банков со страховыми компаниями и клиентами. Большое количество страховщиков ушло с рынка из-за демпинговой политики, не справившись со своими

обязательствами, что стало причиной более взвешенного отбора банками партнёров.

В итоге, современное состояние российского рынка банкострахования характеризуется, во-первых, наибольшей привлекательностью розничного направления деятельности, во-вторых, тенденцией к успешному сотрудничеству страховых компаний с аффилированными с банками, и в-третьих, наличием демпинга как барьера результативного партнёрства двух сторон. По нашему мнению, для обеспечения динамичного развития bancassurance в России и устранения имеющихся проблем на рынке банкам и страховым организациям следует:

- двигаться в направлении реализации наиболее конкурентоспособной и клиентоориентированной стратегии рыночного финансового супермаркета;
- внедрять в практику специализированные инновационные продукты для автоматизации бизнес-процессов продажи и сопровождения страховых продуктов через банки;
- использовать дифференцированный подход к клиентам, развивая в рамках bancassurance направление private bancassurance.

Список литературы:

1. Банкострахование: передел рынка? / Обзор рейтингового агентства «Эксперт РА». 2012. 31 мая. — 39 с.
2. Румянцев А. Bancassurance — синергия финансовых услуг // Финансовый директор. 2006. № 3 С. 44-49
3. Рынок банкострахования по итогам 2008 г. / Бюллетень рейтингового агентства «Эксперт РА». 2009. 15 мая. — 17 с.

СЕКЦИЯ 2.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОЧКИ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ПРИ ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В КОРМОПРОИЗВОДСТВЕ

Бекулов Хабас Мухамедович

канд. экон. наук, доцент КБГСХА им. В.М. Кокова, г. Нальчик

Бекулов Вячеслав Хабасович

*соискатель, Северо-Западный НИИ экономики и организации
сельского хозяйства, г. Санкт-Петербург-Пушкин*

E-mail: margan-isuf@mail.ru

Важное место в системе управленческого учета занимают вопросы, связанные с принятием и обоснованием управленческих решений, прежде всего, на основе проведения анализа взаимосвязи затрат, объема производства и прибыли. Этот метод сводится к определению точки безубыточности производства такого объема продукции, при реализации которого достигается нулевой результат: предприятие не получает прибыли, но и не несет убытков.

Основу этого достаточно широко распространенного метода составляет деление затрат на постоянные и переменные, которая позволяет проследить эффект инновационной деятельности в зависимости от деловой активности.

Особенно актуален такой подход в кормопроизводстве, когда эффективность инвестиционного проекта достигается при освоении мощности не ниже проектной, соответствующем качестве и относительно низком уровне потерь при заготовке и хранении кормов. Такой подход в оценке приемлем для разрозненных мелких товаропроизводителей, когда масштабные инвестиции не под силу каждому, но при объединении усилий освоение инновационных технологии вполне реальны.

Во многих странах в настоящее время широко используется прогрессивная технология заготовки силоса в полимерные рукава

с использованием пресс-упаковщика УСМ-1. Важное преимущество рукавного хранения кормов заключается в том, что потери питательной ценности корма практически сведены к минимуму. Технология дает возможность создавать «мобильные» хранилища необходимой вместимости и заготавливать корма, исходя из потребностей хозяйства, а не объема существующих хранилищ. Тем самым, данная технология освобождает от дополнительных затрат по аренде сооружений для силосования кормов и позволяет оптимизировать расходы по доставке сырья в места хранения, так и с места хранения в места их потребления.

В рукавах консервируют такие грубые корма как сенаж, силос из кукурузы и измельченных початков кукурузы, влажный свекловичный жом, влажное фуражное зерно, сухое зерно, барду. При рукавном методе хранения снижаются ежегодные затраты на хранение с увеличением объемов, а для внедрения технологии требуются разовые первоначальные инвестиции. Метод позволяет получать корма очень высокого качества как по питательности, так и по степени его сохранности, что приводит к общему снижению рисков хозяйства (Табл.1).

Потери фуражной массы после ферментации составляют 3 — 5 %. Кроме того, сохраняются калорийность, питательная ценность и сочность кормов, что способствует увеличению продуктивности животных.

По нашим расчетам, при закладке силоса с использованием УСМ-1 с добавлением биоконсерванта Биотроф-111 на каждые 1000 тонн силоса, заложенные с использованием этой технологии, можно снизить потери фуражной массы на 180 — 200 тонн, при этом качество корма не будет ниже 1 класса.

Однако, для освоения инвестиционного проекта по силосованию с использованием данной технологии, по ценам 2012 года потребуются на 1000 тонн не менее 2,5 миллиона рублей. Для крестьянских фермерских хозяйств, индивидуальных предпринимателей и других сельскохозяйственных организации, имеющих 200-300 голов скота, с годовой потребностью силоса соответственно 400 — 600 тонн, приобретать комплекс оборудования нецелесообразно, так как производственная мощность будет освоена не полностью и по этой причине срок окупаемости проекта увеличится.

В рамках исследуемой проблемы представляет интерес определение пределов кооперации товаропроизводителей для достижения минимального объема загрузки мощностей, или точки безубыточности.

Таблица 1.

**Зависимость эффективности инновации в кормопроизводстве
от объема производства**

Показатели	Объем годового производства силоса, тонн					
	1000	2000	3000	4000	5000	6000
Переменные затраты на 1 тонну силоса, тыс. руб.	0,3333	0,3333	0,3333	0,3333	0,3333	0,3333
Всего переменных затрат	333,3	666,6	999,9	1333,2	1666,5	1999,8
Постоянные затраты, тыс.руб.	777,8	777,8	777,8	777,8	777,8	777,8
Итого совокупных затрат, тыс. руб.	1111,1	1444,4	1777,7	2111	2444,3	2777,6
Себестоимость 1т. силоса, тыс. руб.	1,11	0,72	0,59	0,53	0,49	0,46
Себестоимость 1 т. силоса до освоения проекта, тыс. руб.	0,520	0,520	0,520	0,520	0,520	0,520
Изменение расходов к до-инвестиционному периоду (+ удорожание, - экономия), тыс. руб.	591,1	404,4	217,7	31,0	-155,7	-342,4
Стоимость дополнительной продукции от повышения качества и уменьшения потерь, тыс. руб.	831,6	1663,2	2494,8	3326,4	4158,0	4989,6
Эффект от внедрения технологии, тыс. руб.	240,50	1258,80	2277,10	3295,40	4313,70	5332,00

Для определения экономической эффективности технологии закладки силоса в полимерные рукава, на основе технологической карты подсчитаны расходы на силосование, предварительно сгруппировав их по приведенной выше классификации, то есть по отношению к объему производства на постоянные и переменные.

Переменные затраты на 1 тонну силоса 333,3 руб., в том числе:

- затраты на силосную массу 180 руб.(франко-полимерные рукава);
- стоимость биоконсерванта 14,80 руб.;
- стоимость полимерных рукавов 120 руб.;
- расходы на техобслуживание, оплата труда с отчислениями, ГСМ 18,5 руб.

В состав постоянных затрат отнесено 777,8 тыс. руб., в том числе:

- стоимость УСМ-1 (амортизация в течение 3 лет) — 773,1 тыс. руб.;
- насос-дозатор НВУ-3—4,7 тыс. руб.

Таким образом, точка безубыточности наступает при объеме 1380 тонн. С увеличением годового объема, эффективность внедрения новой технологии заметно возрастает.

При объеме производства 6000 тонн, инвестор может получить прибыль в суммарном выражении, почти в 2 раза перекрывающий первоначальную инвестицию.

СЕКЦИЯ 3.

МАРКЕТИНГ

МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ МУНИЦИПАЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

Комарова Диана Константиновна

студент 2 курса НОЧУ ВПО филиала МСГИ в г. Ярославле

E-mail: diana.komarova.1994@mail.ru

Комарова Светлана Евгеньевна

старший преподаватель НОЧУ ВПО филиала МСГИ в

г. Ярославле

E-mail: postulatcons@mail.ru

Переход к рыночной экономике требует от муниципальных предприятий учёта закономерностей и механизмов её функционирования, оперативного реагирования на меняющуюся рыночную ситуацию, анализ своей конкурентоспособности и т. д. В противном случае такие предприятия обречены на убыточность. Одной из проблемных сфер оказания муниципальных услуг населению является общественный транспорт. Убыточность предприятий муниципального транспорта характерна для многих городов страны. Ярославль в этом смысле не является исключением.

Ярославские МУП «ПАТП-1» и МУП «Яргорэлетротранс» (далее МУПы) работают с убытком в течение нескольких последних лет. В то же время из общего числа перевозок пассажиров общественным транспортом в городе примерно 30 % приходится на муниципальный транспорт (далее МТ) и примерно 70 % на маршрутные такси. При этом изучение пассажиропотоков в Ярославле не проводилось более 30 лет.

На наш взгляд для изменения ситуации, сложившейся на рынке общественного транспорта в первую очередь необходимо выяснить, как именно потребители услуг реагируют на различные характеристики услуги, цену, качество и т. п.

Анализ теории и практики муниципального и классического маркетинга показал, что услуги МТ невозможно анализировать имеющимися на сегодняшний день методами в силу

их своеобразия [1; 2; 3]. Поведение потребителей услуг МТ характеризуется рядом специфических особенностей, отличающих механизм принятия решения потребителем.

В основу своего анализа мы положили классическую модель поведения потребителя: побудительные факторы маркетинга — «чёрный ящик сознания потребителя» — ответные реакции потребителя [1; 3]. Для изучения модели поведения потребителя услуг МТ, механизмов принятия решений и факторов, влияющих на них, а также ответных реакций потребителей, мы провели опрос жителей города. В опросе приняли участие 198 человек, из них доля мужчин и женщин составила по 50%, на каждую группу потребителей пришлось по 66 человек. Выборка была распределена на группы:

1. граждане в возрасте от 18 до 25 лет, что соответствует студенческому возрасту (далее «студенты»);
2. граждане в возрасте от 26 до 55 лет женщины и 60 лет мужчины, что соответствует возрасту работающих граждан (далее «трудящиеся»);
3. женщины в возрасте от 56 лет и мужчины в возрасте от 61 года, что соответствует пенсионному возрасту граждан (далее «пенсионеры»).

Такой подход к группировке респондентов, на наш взгляд, позволяет более адекватно дифференцировать потребителей услуг МТ поскольку:

- это соответствует принципу дифференциации тарифов на проезд и проездные билеты для разных категорий населения, что оказывает влияние на принятие решения при выборе вида транспорта для удовлетворения потребности в проезде,
- представители каждой из выделенных групп схожи по роду занятий, экономическому положению, образу жизни, частоте пользования услугами МТ, некоторым психологическим особенностям.

На принятие решения потребителем о покупке существенное влияние оказывает ряд факторов, которые достаточно подробно описаны в литературе по маркетингу [1; 3]. Однако опрос респондентов показал, что на потребителей услуг МТ оказывают влияние далеко не все из этих факторов. Так, на принятие решения практически не оказывают влияния факторы культурного порядка (культура, субкультура, социальное положение потребителя) и факторы социального порядка (социальная роль, статус, семья, референтная группа).

Факторы личного и психологического порядка оказывают на потребителя совокупное, системное воздействие. Так на поведение потребителя влияет иерархия терминальных (базовых) ценностей, возрастные особенности, род занятий, экономическое положение и образ жизни (факторы личного порядка), потребности, базовые ценности, восприятие, усвоение, убеждение и отношение (факторы психологического порядка). Системообразующим фактором по нашему мнению являются терминальные ценности потребителя, их иерархия. Они влияют на образ жизни потребителя, который в свою очередь как устоявшая форма бытия человека в мире, находит своё выражение в его деятельности, интересах, потребностях, убеждениях и т. д. В силу этого образ жизни потребителя влияет на другие факторы личного и психологического порядка: на род занятий потребителя, его экономическое положение, базовые потребности и способы их удовлетворения. Вторым по степени влияния на поведение потребителей выступает род занятий. В контексте нашего исследования под родом занятий мы подразумеваем не конкретную профессиональную, а скорее социальную группу и присущий ей род занятий.

Род занятий потребителя во многом предопределяет его экономическое положение. Поэтому выделенные нами группы потребителей мы разбили на подгруппы «работающие» и «неработающие». Такой подход к дифференциации потребителей в группе даёт возможность выявить связь между факторами поведения потребителя и экономическим положением. В свою очередь, степень экономической свободы влияет на потребности и способы их удовлетворения. Поэтому степень удовлетворения МТ этих групп потребностей через восприятие услуги оказывает непосредственное влияние на формирование убеждения и отношения потребителей. В свою очередь убеждение и отношение к услуге влияет на спрос потребителей.

Услуга МТ обладает характерными свойствами, которые соответствуют ряду потребностей пользователей МТ. В современном обществе на передний план вышли утилитарно-прагматические ценности, одно из первых мест занимает материальное благополучие. В то же время высоко ценится время, поскольку жизнь современного человека очень интенсивна и насыщена.

Проанализировав модель принятия решения респондентами при выборе вида транспорта для совершения поездки, мы выявили основные характеристики услуги, механизмы и факторы, влияющие на процесс приобретения, мы пришли к выводу, что все критерии,

которые используют потребители при принятии решения можно сгруппировать в следующие категории:

- экономия денег из личного бюджета на проезд (стоимость проезда на транспорте до пункта назначения, дополнительные расходы с учётом необходимости производить пересадки, льгота на проезд, скидка на проезд при покупке проездного билета),
- экономия времени на проезд (продолжительность ожидания транспорта на остановке, время в пути, необходимость производить пересадки и в связи с этим нести дополнительные затраты времени на ожидание транспорта на остановке),
- комфорт проезда (комфортный температурный режим, уровень шума и уровень освещенности в салоне, культура обслуживания со стороны кондуктора и водителя, близость остановочного пункта к точке, откуда выезжает потребитель, а также к объекту назначения, наполненность салона пассажирами, наличие свободных посадочных мест, плавность движения транспорта, чистота салона, удобство оплаты проезда (наличие кондуктора) и т. п.).

При выборе из двух альтернатив (муниципальный транспорт или маршрутное такси) в разных ситуациях у потребители происходит смещение базовой ценности на более актуальную в данный момент времени (см. табл. 1). В разных ситуациях (дефицит времени, дефицит финансовых средств, отсутствие дефицита в финансовых средствах и во времени) у потребителей каждой из подгрупп доминируют те или иные потребности, при этом остальные потребности отходят на второй план.

Таблица 1

Иерархия потребностей различных категорий потребителей услуг МТ в зависимости от ситуации

ситуация	«студенты»			«трудящиеся»		«пенсионеры»	
	Работающие	Неработающие	Обеспечиваемые	Работающие	Неработающие	Работающие	Неработающие
Дефицит времени	Экономия времени Экономия средств Комфорт	Экономия средств Экономия времени Комфорт	Экономия времени Экономия средств Комфорт	Экономия времени Комфорт Экономия средств	Экономия времени Экономия средств Комфорт	Экономия времени Экономия средств Комфорт	Экономия средств Экономия времени Комфорт
Дефицит средств	Экономия средств Экономия времени Комфорт	Экономия средств Экономия времени Комфорт	Экономия средств Экономия времени Комфорт	Экономия средств Экономия времени Комфорт	Экономия средств Комфорт Экономия времени	Экономия средств Комфорт Экономия времени	Экономия средств Комфорт Экономия времени
Отсутствие дефицита	Экономия времени Комфорт Экономия средств	Экономия средств Комфорт Экономия времени	Экономия времени Комфорт Экономия средств	Экономия времени Комфорт Экономия средств	Экономия средств Комфорт Экономия времени	Экономия средств Комфорт Экономия времени	Экономия средств Комфорт Экономия времени

Ситуация дефицита времени проявляется в разных аспектах. Это может быть ситуация, когда потребитель куда-то торопиться, опаздывает или ситуация, когда потребитель создаёт запас времени, чтобы прибыть вовремя в пункт назначения и т. п. Ситуация дефицита финансовых средств связана не столько с ограниченным количеством наличности у потребителя в данный момент, сколько с тенденцией экономить средства по разным причинам.

В ситуации дефицита и времени, и финансовых средств, выбор вида транспорта осуществляется исходя из того, экономия какого ресурса является приоритетнее для каждого конкретного потребителя

в конкретной ситуации. Здесь невозможно выявить какую-либо закономерность. Категория комфорта в этом случае потребителем обычно вообще не оценивается.

Рассмотрим теперь процесс принятия решения потребителем. Процесс принятия решения относительно услуг МТ также имеет свои особенности. Осознание проблемы, с которого начинается процесс приобретения услуги МТ, связан с появлением осознанной необходимости совершить поездку до определенного объекта, пункта (место работы или учёбы, магазин, место встречи с друзьями и т. п.). Чаще всего потребитель заранее формирует представление о том, на каком виде транспорта, с какой остановки он может доехать до места назначения. В его сознании складывается схема движения, определяется конкретный маршрут, определяются альтернативы проезда (возможные номера автобусов, троллейбусов, трамваев, маршрутных такси, такси, попутная машина). Как правило, выбор конечного варианта из всего числа альтернатив происходит непосредственно на остановочном пункте.

Если потребителю необходимо доехать до объекта, до которого он не знает, как можно добраться, то он предпринимает попытки найти необходимую информацию. При этом чаще всего он выбирает тот источник информации, который обладает двумя характеристиками: быстрота доступа к источнику и достоверность информации. Такими источниками информации могут выступать: другие люди (друзья, родственники, прохожие на улице, кондукторы, пассажиры), схемы движения транспорта (схемы, расположенные на остановочных пунктах, схемы, размещённые в сети Интернет). Отсутствие или труднодоступность информации о схемах движения МТ по маршрутам способствует тому, что потребитель выбирает вид транспорта стихийно. Нами замечено, что выбор вида транспорта в такой ситуации зависит от наличия или отсутствия дефицита времени и финансовых средств, а также от характера полученной информации. Если пассажиру удалось получить информацию только о маршрутных такси, то он выберет именно этот вид транспорта, если он получит информацию об обоих видах транспорта, то в выборе он будет руководствоваться ситуацией.

На этапе оценки вариантов, потребитель руководствуется характерными свойствами услуг, которые мы сгруппировали и описали выше, убеждениями и отношением. Одним из наиболее стойких убеждений в отношении услуг МТ у всех категорий потребителей является убеждение в том, что он не позволяет экономить финансовые средства, время и не отличается комфортом по многим параметрам. Несмотря на то, что тариф на проезд в МТ ниже, чем в маршрутном

такси, имеющаяся на сегодняшний день в городе схема движения МТ практически не позволяет потребителям доехать до места назначения без пересадок. Даже одна пересадка повышает совокупные затраты на проезд в один конец на 14 рублей или на 87,50 %.

Относительно небольшое количество машин на подавляющем большинстве маршрутов вынуждает потребителей длительное время ожидать транспорт на остановках. При этом МТ находится в пути по маршруту несколько более длительное время. Хотя разница во времени следования по маршруту у МТ и маршрутных такси не столь велика (от 5 до 10 минут), субъективно она воспринимается пассажирами как более значительная.

С точки зрения комфорта, МТ и маршрутные такси имеют свои определённые преимущества и недостатки. По одним параметрам потребители оценивают МТ как более комфортный, по другим — менее комфортным, чем маршрутное такси. В совокупности перечисленных характеристик, подавляющее большинство потребителей отдают предпочтение маршрутным такси, поскольку они способны удовлетворить большее число потребностей пассажиров. Это подтверждается и результатами опроса, в ходе которого респондентам было предложено оценить качество услуг МТ г. Ярославля по 5-балльной шкале («1» — «крайне неудовлетворительно», «2» — «неудовлетворительно», «3» — «удовлетворительно», «4» — «хорошо», «5» — «отлично, очень хорошо»). Степень удовлетворённости качеством услуг МТ выше у «пенсионеров» и составляет 3,77 балла. «Студенты» несколько больше удовлетворены работой МТ — 2,45 балла. Наименее удовлетворены услугами МТ «трудящиеся», их средняя оценка составила 2,41 балл. Большинство потребителей оценивают качество обслуживания пассажиров муниципальным транспортом как близкое к неудовлетворительному.

Подводя итог этому этапу нашего исследования, можно заключить, что для повышения конкурентоспособности МТ на рынке услуг общественного транспорта требуются дополнительные исследования. В самом общем виде эти изменения должны затронуть следующие аспекты организации работы МТ. В первую очередь необходимо изучить пассажиропотоки, выявить актуальные для горожан направления движения в пределах города. На основе этой информации необходимо пересмотреть схемы движения МТ, увеличить протяжённость уже имеющихся маршрутов, открытие новых. Это позволит потребителям экономить деньги на проезд без пересадок и время пребывания в пути. При этом не обойтись без сокращения числа маршрутов, выделенных частным перевозчиком. Необходимо отменить

маршруты маршрутные такси, дублирующие друг друга и маршруты МТ. Это поможет, в свою очередь, разгрузить дороги от транспортных потоков, позволит транспорту двигаться более интенсивно, сократит время простоя транспорта в пробках. На маршрутах МТ следует увеличить число машин, чтобы сократить время ожидания транспорта на остановках, не допускать переполненности салонов пассажирами и т. п. Кроме этого, необходимо сделать проезд в МТ наиболее комфортным для пассажиров.

Список литературы:

1. Васильев Г.А. Поведение потребителей: учеб. пособие. М. Вузовский учебник, 2006 — 240 с.
2. Зотов В.Б., Макашова З.М. Муниципальное управление: учеб. пособие. М.: СГИ, 2001. [электронный ресурс] — Режим доступа. — http://www.adhdportal.com/book_2378.html
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М. Издательский дом «ВИЛЬЯМС», 2007 — 656 с.

РОЛЬ БРЕНДА В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Кузнецова Нина Владимировна

*канд. пед. наук, доцент ФГБОУ ВПО «МаГУ», г. Магнитогорск
E-mail: nina-kw@mail.ru*

Расширение масштабов конкуренции, стремление производителей и продавцов привлечь к производимым и продаваемым товарам потенциальных потребителей и необходимость удержания существующих покупателей и клиентов значительно активизировало использование в предпринимательской деятельности товарных знаков, торговых марок и брендов. Наиболее характерным качеством профессиональных маркетологов, работающих на потребительском рынке, является их умение создавать, поддерживать, защищать, усиливать и расширять торговые марки, т. е. формировать эффективную марочную политику предприятия.

Марочная политика компании является стержневым понятием и включает в себя такие понятия, как, бренд, брендинг, бренд-менеджмент. Отсутствие четкой марочной политики приводит к неприятным, а иногда и необратимым последствиям: размыванию

имиджа марки или марок в глазах потребителей, потере интереса к ней со стороны потребителей, и, как следствие, снижение объемов продаж, доли рынка и других жизненно важных показателей.

Бренд представляет собой образ марки, выделенной покупателями среди конкурирующих. Под брендингом же понимается процесс создания марки посредством формирования положительного восприятия бренда потребителями и использованием всех форм продвижения, направленный на создание и укрепление долгосрочных отношений с потребителем.

Брендинг — это искусство построения и продвижения торговых марок с целью формирования в обществе настроений долгосрочного их предпочтения. Главной целью этого процесса является укрепление отношений между брендом и потребителем. Потребители отдают предпочтение бренду, когда сообщения бренда объективны, а его ценности четко позиционированы. Это формирует доверительные отношения, в результате чего потребители получают удовлетворение от использования товара данной марки [4].

Информация о ценностях бренда, определяющих его позицию, должна быть действительно важной для потребителей. Тогда бренд становится символом, выражающим как ценности самой марки, так и наиболее значимые ценности потребителей. Создание бренда (образа марки в сознании потребителей) носит непрерывный характер: даже после того, как он начинает самостоятельно «работать» на рынке и приносить доход, руководству организации необходимо постоянно осуществлять его обновление.

В сознании потребителя бренд представляет собой некий целостный образ того или иного товара или услуги, причем этот образ неизменно ассоциируется с его конкретными характеристиками. Успешный бренд — это в первую очередь сочетание расчетливости и удачи, а также результатов долгой кропотливой работы специалистов в области маркетинга и менеджмента и большой доли везения. Успешный бренд предпочтительнее других средств продвижения товара, так как он оказывает первичное впечатление, которое складывается у потребителя. Каждый бренд является торговой маркой, однако далеко не каждая торговая марка считается настоящим брендом [3]. Торговой маркой владеют почти все компании, брендом — единицы.

Рассматривая роль бренда в деятельности современной организации необходимо придерживаться формулы бренда, согласно которой бренд это сумма двух составляющих: 1) осведомленность потребителя о торговой марке; 2) ценность данной торговой марки для потребителя. Бренд — это, прежде всего, торговая марка

с устоявшимся имиджем. Именно бренд позволяет первым и наиболее доступным для потребителя способом войти в круг его интересов. Чтобы потребитель сделал свой выбор и приобрел тот или иной товар, он должен быть уверен в правильности своего выбора.

Говоря о понятии «бренд», следует обратить внимание на его предназначение, иными словами — на человеческое восприятие информации, заключенной в нем. Бренд должен вызывать у потребителя ассоциации с товаром, быть неким олицетворением его сущности, отражать его предназначение и содержать особый смысл, заложенный в товаре. Поэтому бренд в современных условиях является центральным понятием маркетинга. Товар воспринимается через бренд. Соответственно, бренд должен отображать свойства товара, его качество, чтобы при анализе, проводимом потребителем, складывался положительный образ самого товара. Яркий и легко запоминающийся бренд будет иметь больший успех, нежели сложный и запутанный.

С помощью бренда можно задавать разное восприятие определенного товара, и человек увидит то, что предназначается для него. Бренд — это не просто продукт или идеология, это еще и особое время, и образ героев эпохи, и эталон поведения, запрограммированные в определенном товаре. Бренддинг при этом вызывает у человека ощущение, что, отдав деньги, он приближается к идеалу и ценностям того времени, а также общества, в котором живет.

Для достижения долгосрочного успеха организации необходимо постоянное выявление ценностных возможностей (изучение ценности), реализация их в виде новых и многообещающих предложений ценности (создание ценности) и использование возможностей и инфраструктуры для эффективной доставки этих новых предложений (доставка ценности). Эти действия, ориентированные на ценность, должны быть помещены в контексте всех участников треугольника бренднга (покупатели, компания и посредники). Ассоциации бренда, как правило, представляют собой все то, что связывает покупателя с брендом, включая воображение пользователя, атрибуты товара, ситуации использования, индивидуальность бренда и символы. Наиболее важной движущей силой капитала бренда, тем не менее, остается приверженность бренду [1].

Товар считается брендом, если: 1) он доступен 75 % покупателей; 2) 75 % целевой аудитории может просто по одному названию бренда назвать отрасль деятельности; 3) минимум 20 % покупателей из целевой аудитории пользуются им регулярно; 4) минимум 20 % покупателей из целевой аудитории могут верно опознать основные характеристики бренда; 5) товар существует на рынке как минимум 5 лет; 6) покупатели

в любом случае будут платить за этот товар больше, чем за аналогичные товары в категории [2].

Бренд — это своеобразная визитная карточка организации, позволяющая отличить ее продукт от других, символизирующая его ценность и предоставляющая информацию о свойствах продукта, его преимуществах, индивидуальности. Бренд создает особый образ товара, предоставляя возможность конкуренции.

Фирмы, имеющие брендинговый товар, гораздо успешнее своих конкурентов, сегмент покупателей гораздо выше. Положение бренда на рынке определяет его конкурентоспособность (а также конкурентоспособность самой организации), а также набор покупательских потребностей и восприятия. Важно, что думает потребитель о месте, занимаемом товаров среди товаров-конкурентов. Чтобы стать сильным, бренд должен обладать такими характеристиками, как высокий уровень качества, необычное оформление и марочное название с упаковкой. Кроме того немаловажен такой показатель как уровень осведомленности потребителей о бренде, что подразумевает прочность удержания бренда в памяти потребителя.

Использование организацией известного бренда позволяет обеспечить ряд конкурентных преимуществ. К числу основных преимуществ следует отнести: 1) уменьшение затрат на маркетинг (благодаря известности бренда и более высокой лояльности покупателей); 2) установление более высоких цен на товар по сравнению с конкурентами (благодаря тому, что бренд воспринимается как показатель высокого качества предлагаемого товара и создает определенную защиту в условиях жесткой ценовой конкуренции). Кроме того, использование известного бренда способствует формированию и укреплению корпоративного имиджа в организации и упрощает продвижение новых товаров и услуг на рынок, заранее обеспечивая лояльность к ним потребителей.

Сильный бренд также предполагает понимание того, как потребители воспринимают каждый аспект деятельности организации. Для того чтобы бренд стал эффективным, он должен быть согласованным и понятным. Бренды не статичны, а находятся в постоянном развитии, они могут меняться в зависимости от ожиданий заинтересованных лиц и условий рынка, независимо от того, замечаете ли вы эти изменения. Важно управлять этим развитием, непредвиденным или ожидаемым, а не просто позволять ему происходить [1]. Эффективные бренды обладают сильными убеждениями и оригинальными идеями и с помощью современных коммуникационных технологий не только изменяют отношение

потребителя к марке, но и преобразуют сознание людей, формируя стратегические целевые установки и ориентиры. Эффективность продвижения бренда на рынке (и организации в целом) в конечном итоге зависит от того, правильно ли сформированы символ бренда и система отношений бренда с потребителями.

Так как бренд — это лицо товара, отражающее его внутренние свойства, он должен не просто выделяться среди остальных, но и вызывать положительные эмоции, производить яркое впечатление. Бренд должен быть рассчитан сразу на все население. Данный момент весьма сложен, так как покупатели представляют собой множество разных личностей, и нужно создать что-то, что не станет противоречить чьим-нибудь принципам. Поэтому как категория бренд должен быть понятным и легко воспринимаемым. Иначе компания, только начав существование, уже рискует оказаться в хвосте. Нужно сказать, что торговая марка содержит в себе материальный смысл товара, а бренд — нематериальный.

Таким образом, можно констатировать, что возможности брендинга в процессе функционирования организации огромны. От бренда часто зависит, насколько положительной будет реакция потребителя на продукт организации. Он позволяет поддерживать запланированный объем продаж на конкретном рынке и реализовать долговременную программу по созданию и закреплению в сознании потребителей образа товара или товарного семейства. Бренд помогает производителю добиться большей стабильности и защищенности в работе с потребителем, гарантируя ему определенное качество. Реализация компанией эффективной стратегии брендинга помогает последовательно выявить, какие элементы бренда наиболее полезны для того, чтобы передать его сообщение выбранной целевой группе. Но прежде чем вы сможете ускорить процесс брендинга, важно создать предложение, согласно которому вы будете снова и снова поставлять товар или услугу.

Влияние бренда проявляется в каждом аспекте деловой жизни, от самого незначительного решения в магазинчике на углу до самого крупного - в самой большой компании. Внутри и за пределами организации бренд охватывает все. Он затрагивает все виды деловой активности и в концентрированном виде представляет видение бизнеса, бизнес-план, корпоративную культуру, имидж и многие другие стороны деловой жизни, которые до этого концептуально разносились по разным подразделениям.

Список литературы:

1. Котлер Ф. Бренд-менеджмент в B2B сфере. М.: Вершина, 2007. — 432 с.
2. Лейни Т.А., Семенова Е.А., Шилина С.А. Бренд-менеджмент. М.: Дашков и Ко, 2008.— 228 с.
3. Харт В. Создание успешного бренда: как управлять мотивацией потребителя. М.: Изд-во НЦ ЭНАС, 2005. — 175 с.
4. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг: учеб. для вузов. М.: Финансы и статистика, 2008. — 706 с.

ИННОВАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ

Яне Ирина Сергеевна

канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга Орского гуманитарно-технологического института (филиал) ОГУ, г. Орск

Холодова Ирина Александровна

студент экономического факультета, кафедры маркетинга, Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ, г. Орск

E-mail: [Lastochka.orsk@mail.ru](mailto>Lastochka.orsk@mail.ru)

Несколько лет назад рекламодатели США и Японии совершили революцию, открыв миру инновационную рекламу, по степени эффективности в разы превосходящую ее традиционные способы. Сегодня такая реклама успешно используется в большинстве стран, позволяя существенно повысить эффективность маркетинга и промоции бренда [2, с. 103].

Именно разработка и внедрение маркетинговых инноваций в рыночных условиях — это единственный способ повышения своей конкурентоспособности и поддержания высоких темпов развития организаций и их торговых марок. Маркетинговые инновации направлены на более полное удовлетворение нужд потребителей, открытие новых рынков сбыта с целью повышения объемов продаж, что является залогом успешного развития организации.

Чтобы успеть за быстроменяющимися потребностями рынка и максимально использовать открывающиеся во внешней среде возможности, предприятиям требуется постоянная работа над новыми продуктами, технологиями, отношениями с окружающим миром.

Ключом к решению этих задач является инновационная маркетинговая деятельность, которая в современных условиях становится ядром корпоративных конкурентных стратегий. Изменения во внешней среде постоянно создают почву для инноваций, поскольку появляются все новые возможности удовлетворения уже существующих нужд и потребностей [1, с. 224].

Сегодня помимо традиционных рекламных методов воздействия на конечного потребителя существуют также методы с использованием инновационных технологий. Появились они сравнительно недавно, однако уже получили широкое распространение среди производителей и горячее одобрение целевой аудитории.

Что же, собственно, представляет собой инновационная реклама? Прежде всего, она строится на использовании в промоакциях серьезного технического обеспечения, новейших компьютерных технологий и нестандартных способов подачи информации [3, с. 147].

Сегодня большая часть разновидностей рекламы становится все менее эффективной. Стандартная реклама не вызывает осознанной реакции покупателей. Широкие перспективы для развития своего бизнеса сегодня за рекламой нового поколения. Одной из наиболее перспективных и уже зарекомендовавших себя видов подобной рекламы в России и за рубежом является видеореклама в местах массового скопления людей. Это, так называемая, технология InDoor TV. Специалисты утверждают, что на нее обращают внимание более 90 % потенциальных покупателей.

В последние годы эта рекламная технология серьезно усовершенствовалась. В 2005 г. на российском рынке InDoor рекламы появилась новая технология X3D video, разработанная компанией X3D Technologies Corporation и впервые представленная публике еще в 2002 г. на конференции высоких технологий в США. Отныне внимание потребителя привлекает не плоское, а трехмерное изображение, содержащее рекламную информацию. Теперь картинка способна легко выйти за пределы экрана, затем также легко вернуться обратно, оставив неизгладимое впечатление в головах проходящих мимо людей. А ее главным козырем, в отличие от простых 3D технологий, является восприятие трехмерных изображений без использования дополнительных средств, таких, как специальные шлемы или стереочки. Плюс ко всему, чтобы оценить реалистичность, совершенно не обязательно находиться непосредственно у монитора. Благодаря большому углу обзора и технологии пространственного воспроизведения эффект заметен на расстоянии до 100 метров, что

делает данную технологию удобной для представления товаров и услуг в пунктах продаж.

Использование данной технологии для демонстрации видеороликов — это прекрасная возможность эффективного и запоминающегося воздействия на потребителя, ведь креатив важен на каждом этапе рекламной коммуникации - от идеи до ее визуального воплощения.

Не останавливаясь на достигнутом, специалисты в области рекламных технологий пошли дальше, поразив рекламодателей технологией Ground FX. Это сверхсовременная интерактивная проекция, разработанная компанией GestureTek, которая позволяет потребителю не просто наблюдать за рекламным сюжетом, но и принимать в нем участие.

При помощи специальных технических установок объемное изображение проецируется на плоскую поверхность. Пройти мимо незамеченным невозможно: система мгновенно среагирует на малейшее движение, совершенное проходящим. К примеру, на виртуальной воде образуются круги, вспорхнет стая птиц, а виртуальный господин приветливо кивнет головой. При помощи данной технологии возможно даже забить гол в виртуальные ворота!

Впервые рекламная технология была опробована в том же 2005 г. рекламодателями США и Пуэрто-Рико, в таких известных местах, как центр American Airlines Center, Andels Stadium, Wachovia Center. Также одними из первых данной технологией воспользовались книжный магазин на Манхэттене и пара крупных супермаркетов в Голливуде, превративших пол между витринами в виртуальное морское дно.

К концу 2005 г. данная рекламная технология стала доступна и российским рекламодателям. Все это благодаря компании Interactive Media Group, выкупившей права на ее использование в России.

Сегодня данный вид рекламы в связи с его высокой эффективностью все чаще используется производителями и крупными торговыми комплексами в Европе, Америке, России и некоторых странах СНГ для BTL-акций, а также для увеличения потока потребителей и обеспечения более частых посещений. Различные event-мероприятия, выставки, ярмарки, презентации продукции — все это те области, в которых активно используется рекламная технология Ground FX. Последние новинки в данной области, это тривизор, интерактивный стол, TransLook (прозрачный киоск).

Тривизор — это стеклянная пирамида, внутрь которой проецируется изображение или видео, заставляя вас поверить в то, что стоит лишь протянуть руку, и вы ощутите материальность предмета.

Устанавливая тривизор в торговом зале, в выставочном павильоне, создатели гарантируют 100 % запоминаемость и узнаваемость товара или торговой марки. 3d презентацию с использованием тривизора, можно идеально вписать в уже работающую рекламную кампанию. Эффект от применения 3d пирамиды будет огромным, в том числе, будет значительная экономия времени и средств.

Интерактивный стол — это революционный мультисенсорный компьютер, позволяющий взаимодействовать с цифровым контентом простыми, интуитивно понятными способом, без использования вспомогательных устройств. Обладая большой рабочей поверхностью, за столом с легкостью могут работать несколько пользователей одновременно в рамках общей рабочей поверхности.

Сотрудники компании и клиенты могут использовать «интерактивный стол» как совместное рабочее пространство для проведения переговоров, моделирования и планирования различных задач, просмотра презентаций и документов, графиков и диаграмм. Данное решение активно вовлекает клиента в рабочий процесс, экономит время, эффективно и оперативно анализирует и предоставляет всю необходимую информацию, тем самым и подчеркивая имидж организации.

TransLook (прозрачный киоск) — это уникальное решение для демонстрации товаров и услуг на базе ультрасовременных прозрачный дисплеев.

Прозрачный киоск выполнен на базе прозрачной LCD панели Samsung. Рассматривая товар сквозь прозрачную панель, покупатель может быстро получить информацию о товаре, необходимую для принятия решения о покупке: наличие и местонахождение товара в магазине или в торговой сети в целом, его цену, сведения о товаре (внешний вид, страна-производитель, потребительские характеристики и т. д.). Информационный киоск может быть использован в торговых центрах, в холлах отелей и туристических компаний, ресторанах, музеях, аэропортах, автовокзалах, госучреждениях, развлекательных комплексах, банках и телекоммуникационных компаниях.

Еще недавно это казалось нереальным, казалось вымыслом, но уже сегодня маркетологи всего мира могут спокойно использовать данные технологии. Также существуют инновационные наружные витрины, такие как голографические, интерактивные, проекционные или, например, виртуальный промоутер. Намного легче привлечь внимание покупателя можно не огромными мониторами и плазменными панелями, а при помощи специальной пленки обратной проекции, на

которой будут проецироваться маркетинговые акции или с помощью видео-модели настоящего живого человека. Данные виды наружной рекламы позволят выделиться из массы конкурентов, они позволят потребителям создать впечатление, что рекламная компания работает специально для него, не безлично, а именно индивидуально

В России данные технологии пока не получили широкого распространения в связи с высокой стоимостью, однако вполне возможно, что в течение нескольких ближайших лет наши рекламодатели будут активно ее использовать, тем более, что в российской рекламе наметилась тенденция к инновациям.

Конечно, вряд ли инновации в рекламе полностью вытеснят традиции. Однако учитывая настроение потребителей, уставших от однообразия, и дефицит рекламных площадей, скорее всего, традиционной рекламе придется серьезно потесниться. Потому что инновационные рекламные технологии более захватывающие, легко усваиваемые и эффективные. По подсчетам специалистов, их использование способно увеличить объем продаж представляемой продукции на 20-45 %. Производители согласятся, что это серьезный аргумент в пользу инновационной рекламы.

Список литературы:

1. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. Таганрог: Издательство ТРТУ, 2001.— 315 с.
2. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2003. — 225 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Издательство «Прогресс», 2000. — 356 с.

СЕКЦИЯ 4.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

РОЛЬ ЦЕПОЧКИ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИТ-КОМПАНИИ

Ашмянская Инна Сергеевна

*аспирант каф. Мировой экономики, МГИМО (У) МИД России,
г. Москва*

E-mail: inna.ashmansky@gmail.com

Достижение конкурентоспособности, а также — что еще важнее — продолжительное удержание конкурентных позиций, возможно лишь при такой организации производственно-сбытовых процессов, которая функционирует эффективнее, чем у конкурентов. В данной статье будет приведен верхнеуровневый анализ особенностей организации цепочки добавленной стоимости в компаниях, работающих в отрасли информационных технологий, а также выведен ряд закономерностей в отношении влияния типа организации цепочки добавленной стоимости на конкурентные позиции ИТ-компаний.

Цепочка добавленной стоимости как модель служит для описания процесса движения продукта от поставщика к потребителю через стадии, добавляющие этому продукту стоимость, или ценность. Анализ цепочки добавленной стоимости в компании дает понимание структуры производственного процесса для определения областей, в которых возможно повысить эффективность, тем самым повышая эффективность функционирования всей компании и укрепляя ее конкурентоспособность. Таким образом, необходимо проследить, из каких процессов состоит цепочка добавленной стоимости, какие подпроцессы в ней являются ключевыми и где можно и нужно повышать эффективность.

Здесь также важно заметить, что теория цепочки добавленной стоимости, разработанная Майклом Портером в 1985 г. [11], возникла и изначально применялась по отношению к отраслям, производящим

материальные блага. Лишь с середины 1990-х гг. среди зарубежных исследований появляются работы, посвященные цепочке добавленной стоимости в сфере услуг.

Но по сравнению с другими отраслями сферы услуг отрасль информационных технологий имеет свою специфику: с одной стороны, это отрасль, создающая добавленную стоимость, учитываемую в ВВП страны, а с другой стороны, это инфраструктурная среда, которая предоставляет необходимые продукты и услуги для работы других отраслей на современном технологическом уровне [1]. Эта специфика определяет особенности организации цепочки добавленной стоимости в компаниях данной отрасли.

Ниже мы рассмотрим, как модифицируется цепочка добавленной стоимости в компании, работающей в отрасли информационных технологий, с учетом описанной выше специфики этой отрасли. Сначала мы это сделаем на примере компании, производящей ИТ-оборудование (hardware, infrastructure), а затем проведем аналогичный анализ для компании, специализирующейся в области ИТ-услуг (разработка и внедрение программного обеспечения, ИТ-консалтинговые и ИТ-аутсорсинговые услуги, управление данными и т. п.).

Стандартную цепочку добавленной стоимости компании, работающей в производственной сфере можно представить так:

Анализ — Дизайн (проектирование) продукта — Разработка продукта — Производство продукта — Распространение и внедрение продукта — Поддержка и сопровождение продукта

Эта же цепочка в целом будет верна и для компании, производящей ИТ-оборудование, по крайней мере, на этапе становления ИТ-отрасли, допустим, в национальных масштабах (при условии отсутствия внешнего влияния). Однако специфика ИТ-отрасли постепенно приведет к следующим изменениям в указанной цепочке:

- Поскольку для отрасли информационных технологий основным фактором производства являются технологии и знания, основной стадией, дающей наибольшую ценность в приведенной выше цепочке, является проектирование и разработка продукта. При развитии отрасли в национальных масштабах, те игроки, которые наиболее преуспевают в разработке продукта, будут все более специализироваться именно на этой стадии. Возможно также приобретение компаниями нишевой специализации, сфокусированной именно на стадии разработки. Так, на примере ИТ-индустрии в США мы видим, что наиболее сильными конкурентными позициями в области ИТ-оборудования обладают компании, разрабатывающие и производящие составные части для конечного продукта, сборкой

которого занимаются уже другие игроки. Речь идет об Intel, крупнейшем в мире разработчике процессоров с мировой долей рынка 79 % [2], и Microsoft, ведущем разработчике программного обеспечения, чья доля в мировых масштабах оценивается в 18 % (с двукратным отрывом от ближайшего конкурента IBM) [7].

- Так как разработка и производство составных частей является самодостаточной для специализации, компании, специализирующиеся на производстве конечного продукта, предпочитают вступать в тесные партнерские отношения с компаниями, разрабатывающими продукт. В качестве примера можно привести стратегическое сотрудничество Intel с IBM — микропроцессоры Intel использовались IBM для производства персональных компьютеров этой марки с 1980-х гг. В данном случае мы видим, как цепочка добавленной стоимости с точки зрения конечного продукта вышла на межкорпоративный уровень, т. е. в своем пути от разработчика до конечного потребителя продукт проходит путь не между отделами одной компании, а между разными компаниями.

- Если производящая компания хочет укрепить свои конкурентные позиции в отрасли, она задается целью развить свои собственные подразделения, занимающиеся разработкой конкурентоспособной технологии.

В отношении компании, специализирующейся в области ИТ-услуг, цепочка добавленной стоимости, при анализе по процессам, будет выглядеть следующим образом (поскольку, как правило, ИТ-услуга заключается в предоставлении решения определенной проблемы, именно эти термины и используются ниже) [10]:

Анализ проблемы — Дизайн решения проблемы — Создание решения — Внедрение решения на стороне клиента — Поддержание работы решения

В отношении компании, специализирующейся в области ИТ-услуг, действует следующая особенность в работе цепочки добавленной стоимости. Если в производстве ИТ-оборудования конечный продукт материален, то в процессе предоставления ИТ-услуги продукт нематериален. Некоторые специалисты ИТ-отрасли используют термин «виртуальная цепочка добавленной стоимости», подразумевая «процесс добавления информации, позволяющий преобразовать информацию в новые товары и услуги на виртуальном рынке» [5]. Позволим себе согласиться с данным определением лишь отчасти. Добавление стоимости происходит не только за счет манипуляций с информацией (сбор, структурирование, отбор, синтез и распространение), но и за счет применения определенных технологий работы с информацией, а также

за счет знаний специалистов в области этих технологий. Таким образом, выше приведенная цепочка добавленной стоимости приобретает следующий вид:

Разработка технологии работы с информацией — Обработка информации с помощью разработанной технологии — Передача обработанной информации клиенту

Как видим, по-прежнему, как и с производством ИТ-оборудования, в процессе предоставления ИТ-услуги важно наличие технологии. И именно здесь заключается конкурентное преимущество компаний, работающих в данной сфере. В качестве наглядного примера можно привести компанию Яндекс, основание которой стало возможным благодаря уникальной для 1990-х гг. технологии — поискового алгоритма для файлов на русском языке [3].

Также для компаний, предоставляющих ИТ-услуги, характерно укрепление конкурентных позиций путем развития смежных технологий, которые позволяют занимать все большее количество ниш на рынке. Например, компания Google вышла на ИТ-рынок в качестве поисковой системы, однако затем, укрепив свои позиции в этой нише, данная компания разработала свой браузер (Google Chrome), свою операционную систему (Google Chrome OS) и большое количество программного обеспечения. При этом Google использует все методы укрепления конкурентных позиций — от развития своих отдельных узкоспециализированных подразделений до покупки нишевых стартапов [9].

Таким образом, можно выделить следующие особенности организации цепочки добавленной стоимости в компаниях, работающих в отрасли информационных технологий:

1. В силу важности таких ресурсов как технологии и знания, первая стадия цепочки добавленной стоимости — разработка — является не только необходимой, но и зачастую достаточной для успешного функционирования компании;

2. Цепочка добавленной стоимости в ИТ-производстве выстраивается аналогично стандартной цепочке производства любого продукта, но самостоятельность первой стадии цепочки и специализация выводят цепочку на межкорпоративный уровень;

3. Источником конкурентоспособности ИТ-компании, как правило, становится наличие собственных разработок и технологий, дающее независимость в технологическом плане от поставщиков. Это касается компаний, работающих как в сфере ИТ-производства, так и в сфере ИТ-услуг.

Теперь обратимся к вопросу: как эволюционирует организация цепочки добавленной стоимости внутри одной компании, работающей в сфере ИТ. Выше приведенные цепочки для сегментов ИТ-оборудования и ИТ-услуг скорее характерны для молодых и сравнительно небольших компаний. С ростом компании (в показателях численности штата и выручки) отделы, специализирующиеся на самостоятельном продукте, пусть даже он является исходным материалом по отношению к конечному продукту, как правило, трансформируются в отдельные компании. Так образуются группы компаний, развившиеся на базе некогда одной-единственной ИТ-компании.

Так, если проанализировать крупнейшие ИТ-компании согласно ежегодному рейтингу CNews [6], большая часть компаний первой десятки по сути представляет собой группы, развившиеся из некогда единой компании. Например, группа компаний Ситроникс включает в себя следующие компании-направления Ситроникс Телекоммуникационные решения, Ситроникс ИТ Решения, Ситроникс Микроэлектронные решения, Ситроникс Потребительская электроника, Ситроникс Контрактное производство электроники [8].

Причины такого «размножения почкованием» в большинстве случаев кроются в управленческих решениях: либо в условиях функционирования головной компании выгодно разделение на несколько компаний (для получения льгот или для соответствия законодательным ограничениям), либо менеджмент и владельцы компании предпочитают выводить в отдельные юридические единицы непрофильные, но, тем не менее, прибыльные направления. Именно такое обоснование созданию новой компании привел генеральный директор «Сбербанк-Технологии» Денис Калинин, ИТ-компании, выведенной из структуры Сбербанка в 2011 г.: «Будучи департаментом внутри «Сбербанка» команда развития ИТ подчинялась всем внутренним процессам банка. Это единая система мотивации, найма, увольнения персонала и т. д. В то же время, для более эффективной работы ИТ-специалистов нужны совсем другие правила и корпоративная культура» [4].

В отношении прибыли решение о выделении специализированных подразделений в отдельные компании экономически вполне верно: если некогда бывший частью единой компании отдел, специализирующийся на услугах исключительно для этой компании, преобразовать в отдельное юридическое лицо, новообразованная компания перестает быть бэк-офисом материнской компании и за счет оказания услуг сторонним заказчикам становится генератором прибыли (profit generating unit). В данном процессе важно понимание руководством

своей стратегии и цели, чтобы вовремя расставаться с непрофильными активами, приобретать необходимые компании, а также инвестировать средства в новые разработки, необходимые для упрочения положения компании в определенном сегменте или нише.

Управление цепочкой добавленной стоимости внутри компании также может иметь последствия на отраслевом и национальном уровнях. В ситуации, когда национальный рынок находится в развивающейся стадии, компании, сумевшие занять свои ниши в числе первых, могут оказывать влияние не только на процесс выстраивания цепочки добавленной стоимости внутри компании, но также и в своей нише. Это влияние происходит по одному или нескольким из следующих направлений: через определение продуктовой линейки (маркетинг), через определение технологических стандартов и/или техническую поддержку более мелких компаний-вендоров (производственный процесс), через введение стандартов/требований к организации сбыта (логистика). Конкурентные позиции компании, которая смогла занять лидирующее положение в нише и распространяет свое влияние на работу других компаний в данной нише, чрезвычайно сильны.

Таким образом, выведен ряд закономерностей в отношении влияния цепочки добавленной стоимости на конкурентные позиции ИТ-компаний. Важнейшим конкурентным преимуществом ИТ-компаний вне зависимости от специализации являются технологии. Но лишь грамотное выстраивание процессов компании, ведущих эту технологию к потребителю, поможет удержать конкурентное преимущество.

Список литературы:

1. Ашмянская И.С. Сектор информационных технологий как платформа для построения инновационной экономики // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.). Т. I. — М.: РИОР, 2011. — С. 17—20.
2. Доля Intel на рынке процессоров снизилась // Новости Hardware 03.08.2011 URL: <http://www.x-hw.by/news/hardware/2461.html>
3. История Яндекса URL: <http://company.yandex.ru/about/history/>
4. ИТ-корпорация "Сбербанка" рассекречена // CNews 20.03.2012 URL: <http://banks.cnews.ru/news/top/index.shtml?2012/03/20/482194>
5. Конкуренция в XXI веке. Виртуальная адаптация // Intelsib 19 мая 2010 URL: <http://www.intelsib.ru/articles-1297/>
6. Рейтинг CNews100: Крупнейшие ИТ-компании России 2011 URL: <http://www.cnews.ru/reviews/free/2011/rating/rating1.shtml>

7. Рост мирового рынка программного обеспечения замедлится // DailyComm 14.06.2012 URL: <http://www.dailycomm.ru/m/18753/>
8. Структура бизнеса Ситроникс URL: http://www.sitronics.ru/about/business_structure/
9. Google Company: Our history in depth URL: <http://www.google.com/about/company/history/>
10. Heeks, Richard. Using Competitive Advantage Theory to Analyze IT Sectors in Developing Countries: A Software Industry Case Analysis // The Massachusetts Institute of Technology Information Technologies and International Development Volume 3, Number 3, Spring 2006, P. 5 — 34.
11. Porter, Michael E. Competitive Advantage. The Free Press. New York. 1985, Ch. 1, P. 11—15.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ РЕЙТИНГИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИМИДЖА СТРАНЫ

Козлова Анна Игоревна

*аспирант Киевского национального университета и
мени Тараса Шевченка, г. Киев, Украина
E-mail: anna.i.kozlova@gmail.com*

Современные тенденции глобализационных процессов достигли всеобъемлющего характера, стимулируя существенные изменения в мировом экономическом пространстве, а именно в инновационном развитии. Одним из важнейших направлений инновационной деятельности является исследование инновационных рейтингов, влияющих на мировое экономическое развитие.

Указанные проблемы приобрели особую актуальность, поскольку именно повышение рейтингов в инновационной деятельности является одним из главных условий выхода из рецессии стран, которые понесли утраты в результате мирового финансово-экономического кризиса, особенно Украина. Европейский выбор Украины, который направлен на высокотехнологическую конкурентную среду, обусловил необходимость анализа инновационного рейтинга Украины.

Теоретической базой исследования стали работы таких зарубежных ученых, как И. Ансофф, Р. Базель, Б. Берман, С. Блэк, Д. Бойто, Р. Браун, Г. Картер, Н. Малхотра, С. Миллер. Вопрос инновационного развития стран на современном этапе глобализационных процессов нашли отражение в работах отечественных

ученых: В.Д. Базилевич, В. Герасимчук, А.Л. Канищенко, Л.Л. Кистерського, А.И. Кредисова, Н.Н. Мазуриной, В.Ф. Онищенко, В.Н. Парсяка, А.И. Рогача, Г.К. Рогова, В.Р. Сиденко, А.А. Старостина И.А. Ткаченко, С. Филипенко, Т.М. Цыганкова, М.Г. Чумаченко, Н.Н. Чурилова, А.И. Шниркова. Отдавая должное научным наработкам отечественных и зарубежных ученых в исследовании данной проблематики, нужно отметить, что некоторые вопросы остаются дискуссионными, а именно относительно экономического имиджа стран.

Обобщение теоретических подходов и разработка практических рекомендаций по формированию рейтинга инновационного развития стран и его влияние на экономический имидж Украины.

Мировая экономика вошла в период радикальной структурной трансформации, связанной с существенным увеличением высокотехнологического производства, развитие которых выделяется главным образом интенсивным использованием знаний и широким внедрением инноваций в разные сферы экономической жизни. Формируется так называемая экономика знаний. Это актуализирует вопросы инновационной деятельности, которая является фактически неперенным условием построения эффективной экономики, конкурентоспособной на мировых рынках.

К наиболее известным в мировой теории и практики сравнительного анализа инновационного развития стран относятся:

- Глобальный индекс инноваций (Global Innovation Index, GII), который рассчитывается аналитическим центром Лозаннской школы бизнеса INSEAD, Швейцария;
- Международный индекс инноваций BCG (International Innovation Index BCG, IntI BCG), который рассчитывается экспертами Бостонской консалтинговой группы, США;
- Индекс инновационной способности (Innovation Capacity Index, ICI) — международной исследовательской структурой EFD - Global Consulting Network;
- Инновационный индекс Европейского инновационного табло (European Innovation Scoreboard Summary Innovation Index, SII).

Названные индексы различаются своими составляющими, алгоритмом интеграции и шкалой значений показателей.

Глобальный индекс инноваций INSEAD рассчитывается с 2007 г. экспертами Бизнес-школы INSEAD на базе 132 стран. Глобальный индекс инноваций составлен из 80 различных переменных, которые детально характеризуют инновационное развитие стран мира,

находящихся на разных уровнях экономического развития. Индекс рассчитывается как взвешенная сумма оценок двух групп показателей:

1. Располагаемые ресурсы и условия для проведения инноваций (Innovation Input).
2. Достигнутые практические результаты осуществления инноваций (Innovation Output).

Таким образом, итоговый Индекс представляет собой соотношение затрат и эффекта, что позволяет объективно оценить эффективность усилий по развитию инноваций в той или иной стране.

Международный индекс инноваций VCG рассчитывается в США по методике Бостонской консалтинговой группы. Основное внимание в модели VCG сосредотачивается на потоке денежной наличности организации, который либо направляется на проведение операций в отдельно взятой бизнес-области, либо возникает в результате таких операций.

Считается, что уровень дохода или расхода денежной наличности находится в очень сильной функциональной зависимости от темпов роста рынка и относительной доли организации на этом рынке. Темпы роста бизнеса организации определяют темп, в котором организация будет использовать денежную наличность [4, 35-37 p.] .

В модели VCG основными коммерческими целями организации предполагаются рост нормы и массы прибыли. При этом набор допустимых стратегических решений относительно того, как можно достичь эти цели, ограничивается четырьмя вариантами:

1. Увеличение доли бизнеса организации на рынке.
2. Борьба за сохранение доли бизнеса организации на рынке.
3. Максимальное использование положения бизнеса организации на рынке.
4. Освобождение от данного вида бизнеса [2] .

Эти решения предполагают, что модель VCG зависит от конкретного вида бизнеса организации в стратегическом пространстве.

Индекс инновационных возможностей (Innovation Capacity Index, ICI), рассчитанный международной исследовательской структурой EFD - Global Consulting Network.

При расчете используются следующие показатели: показатели расходов на инновационную деятельность, инновационного продукта, собственных средств финансирования инновационной деятельности, новой техники и технологии и уровня образования персонала. Рейтинг инновационного развития стран за проанализированными индексами представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Мировые рейтинги инновационного развития

Глобальный индекс инноваций INSEAD	Значения индекса (место в рейтинге)	Международный индекс инноваций BCG	Значения индекса (место в рейтинге)	Индекс инновационных возможностей ICI	Значения индекса (место в рейтинге)
Швейцария	4,86 (1)	Сингапур	2,45 (1)	Швеция	82,20 (1)
Швеция	4,85 (2)	Южная Корея	2,26 (2)	Финляндия	77,80 (2)
Сингапур	4,83 (3)	Швейцария	2,23 (3)	США	77,50 (3)
Гонконг	4,82 (4)	Исландия	2,17 (4)	Швейцария	77,00 (4)
Финляндия	4,72 (5)	Ирландия	1,88 (5)	Нидерланды	76,60 (5)
Россия	0,31(54)	Россия	-0,09 (49)	Россия	40,1 (56)
Украина	0,02 (62)	Украина	-0,45 (64)	Украина	35,01 (60)

Источник: Разработано автором на основе данных [1]

Следовательно, такой результат позволяет анализировать уровень инновационного развития стран мира.

Перспективным подходом к методологическому рассмотрению концепции устойчивого инновационного развития есть связь между инновационным развитием и устойчивым развитием стран мира. Украина улучшила свой результат в индексе инновационных возможностей, достигнув 60 места в рейтинге.

Лидирующие позиции в мире почти не изменились, первые места занимают: Швеция, Сингапур, Швейцария.

Проанализируем более подробно инновационную деятельность в Украины и ее рейтинг среди 135 стран за 2008–2011 гг., что представлено в таблице 2.

Таблица 2.

Инновационная деятельность в Украине за 2008—2011 гг.

	2008—2009		2009—2010		2010—2011	
	рейтинг стран	балл (1—7)	рейтинг стран	балл (1—7)	рейтинг стран	балл (1—7)
Инновации	52	3,5	63	3,31	64	3,21
Инновационные возможности	31	3,8	33	3,7	38	3,5
Научно-исследовательские институты	48	4,2	57	3,9	69	3,6
Материальное обеспечение компаний на исследования	52	3,3	69	3,0	70	3,0

Сотрудничество университетов с инновационными институтами	49	3,6	65	3,5	73	3,5
Государственные закупки инновационных технологий	54	3,7	86	3,3	113	3,1
Количество ученых, инженеров	54	4,4	51	4,4	54	4,3

Источник: Разработано автором на основе данных [3]

Итак, раскрыто отрицательную динамику подиндекса «инновации», ни одна составляющая не имеет позитивную тенденцию к увеличению, каждый год баллы в рейтинге уменьшаются: в 2008—2009 гг. — 3,5 балла 2009—2010 гг. — 3,31; 2010—2011 гг. — 3,21. Увеличить эффективность внедрения инноваций и повысить рейтинг Украины в инновационной деятельности может государственная стратегия инновационного развития, которая должна быть направлена на:

- увеличение научно-технологического потенциала и повышение развития человеческого капитала;
- поощрение субъектов инновационной деятельности и направления инвестиций на предложения новейших технологий и продуктов;
- создание способствующих условий внедрения инноваций в производительную деятельность.

Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что в глобальной конкурентной среде, при условии глобализации знаний в условиях свободного распространения информации, развития мировых рынков идей, интеллектуальной собственности, технологий, международной интеграции в научно-технической сфере, возможно эффективное формирование инновационной экономики на национальном, региональном, мировом уровнях.

Список литературы:

1. Давыдов А.А. Зависимость между Global Innovation Index BCG, Innovation Capacity Index и Global Innovation Index INSEAD [Электронный ресурс] / Давыдов А.А. — Режим доступа: — <http://www.ssa-rss.ru/files/File/info/Index.pdf>
2. Global Innovation Index BCG. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.wikipedia.org/wiki/Global_Innovation_Index

3. Global Innovation Index Report 2010 — 2011 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.innovationfordevelopmentreport.org/ici.html>
4. Michael E. Porter and Scott Stern, "National Innovation Capacity," Chapter 2.2 in Porter, Sachs, Cornelius, McArthur and Schwab, The Global Competitiveness Report 2010—2011, New York, Oxford University Press, 2002, 79 p.

РОССИЙСКО-КИТАЙСКИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Кравченко Екатерина Александровна

преподаватель БГУЭП, г. Братск

E-mail: kaqiusha@yandex.ru

Российско-китайские отношения — взаимоотношения между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой, а в исторической ретроспективе — между государствами, существовавшими соответственно на территории этих стран на протяжении последних 400 лет. На современном этапе российско-китайское взаимодействие характеризуется широким спектром областей сотрудничества, включающих интенсивные контакты на высшем уровне, торгово-экономические и гуманитарные связи, сотрудничество на международной арене, в том числе в Совете безопасности ООН, совместное участие в международных и региональных организациях (ШОС, БРИКС) и др.

Отношения, в истории которых периоды «братской дружбы» сменялись вооружённым противостоянием, в настоящее время характеризуются обеими странами как «стратегическое партнёрство и взаимодействие».

2011 год оказался очень успешным с точки зрения китайско-российских торговых отношений. Внешнеторговый оборот поставил новый рекорд, достигнув 80 млрд. долларов. Программа сотрудничества на 2009—2018 годы вылилась в 2011 в двадцать семь совместных инвестиционных проектов. Единственным же спорным моментом в двухсторонних отношениях по-прежнему остается не достигнутое соглашение о ценах на природный газ.

Во время Международного экономического форума представители России и Китая посвятили время обсуждению цен на поставку

природного газа. Его планируют поставлять из Западной Сибири по алтайскому трубопроводу до российско-китайской границы. К 2015 году планируется передавать в год до 30 млрд. кубических метров газа. Однако пока не было достигнуто соглашение о цене. Китайская сторона готова платить 235 долларов за 1000 куб. метров, когда Газпром доставляет в Европу газ по средней цене 352 доллара за 1000 куб. метров. И хотя первоначально Газпром планировал только по восточному маршруту поставлять в Китай 38 млрд. куб. метров, но пока поставки по этому маршруту не обсуждаются, поэтому остается только западный путь [3].

Объемы поставок из России в Китай в декабре прошлого года достигли 3,65 млрд. долларов, что на 47,7 процентных пункта (п. п.) больше, чем год назад. За весь же 2011 показатель превысил 40 млрд. долларов, что на 56,15 п. п. больше по сравнению с 2010 годом. Объемы поставок из Китая в Россию за декабрь выросли на 19,1 п. п. относительно прошлого года и составили 3,53 млрд. долларов. Годовой показатель достиг 38,9 млрд. долларов, что на 31,37 п. п. больше, чем год назад [5].

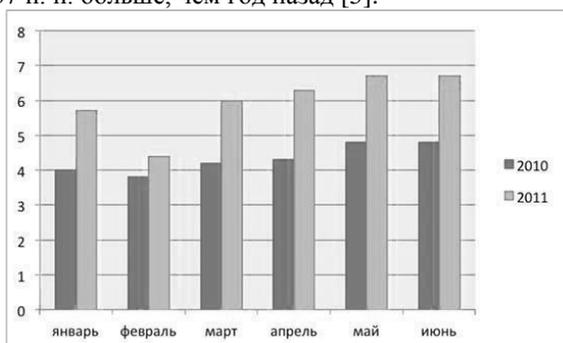


Рисунок 1. Баланс российско-китайской внешней торговли в первых полугодиях 2010 и 2011 годов, млрд. долл.

31 января 2012 года Торгово-промышленная палата РФ провела заседание Российско-китайского делового совета, на котором обсуждались результаты внешнеторговых отношений обеих стран за прошедший год в рамках Программы сотрудничества 2009—2018. В целом, за год в 19 регионах России было реализовано 27 крупных инвестиционных проектов, общей стоимостью более 100 млрд. долларов [1].

Пока двухсторонняя торговля между Россией и Китаем стабильно растет, стороны по-прежнему продолжают вести переговоры о ценах на газ и поставках нефти. Но если отложить нефтегазовый сектор

отношений, то одной из основных тенденций уходящего года в российско-китайских отношениях является активное расширение сотрудничества в финансово-инвестиционном секторе.

Основные шаги по развитию отношений в финансовом секторе между Россией и Китаем были предприняты еще в первом полугодии 2011 года, в числе которых первый визит Президента РФ в Гонконг, официальный визит Ху Цзиньтао в Москву и подписание договора об использовании национальных валют в двухсторонней торговле.

Так, в апреле 2011 года Д.А. Медведев впервые посетил Гонконг, где встретился с Дональдом Цангом, главой администрации специального административного района КНР. Основной темой встречи стало обсуждение возможностей для гонконгских инвесторов в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке России.

В июне Центральный банк РФ и Народный банк Китая подписали соглашение об использовании национальных валют для внешнеторговых контрактов. Согласно этому соглашению, российские и китайские компании смогут использовать в качестве валюты как рубль, так и юань. Выбор валюты полностью зависит от предпочтений участвующих сторон.

Также в июне официальный визит в Россию нанес председатель КНР Ху Цзиньтао. Помимо политических и ряда экономических вопросов, во время визита обсуждалось инвестиционное сотрудничество между Экспортно-импортным банком Китая и En+ Group (Россия).

В марте 2011 года DST Global, российская инвестиционная группа, ориентированная на интернет-проекты, присоединилась к международным инвесторам (в числе которых и американская розничная сеть Walmart) к развитию китайской онлайн-платформы для розничной торговли 360buy.com. Однако точные суммы инвестиций с российской стороны остаются нераскрытыми.

В мае 2011 года израильский бизнесмен Лев Леваев продал 18 % акций Katoka, российско-ангольской горнодобывающей компании, China Sonangol, которая является совместным предприятием между China International Fund и Sonangol, ангольской нефтегазовой корпорацией. В результате контроль над одним из крупнейших месторождений алмазов в Африке перешел к китайско-ангольскому альянсу. Лев Леваев же приобрел акции Katoka еще в конце 90-х у АЛРОСА, солиднейшего производителя бриллиантов в России, за 20 млн. долларов.

В июне китайский производитель автостекол Fuyao Glass подписал соглашение с администрацией Калужской области о строительстве завода, способного производить до трех миллионов комплектов

автостекло в год. Согласно подписанному соглашению, Fuyao Glass инвестирует 200 млн. долларов в проект, а местное правительство обеспечит необходимую инфраструктуру. Запуск первого этапа запланирован на 1 декабря 2012 года, а полноценное производство будет запущено в феврале 2013 года [1].

Также в июне, во время Международного экономического форума в Санкт-Петербурге, российский производитель электроэнергии «Евросиб-энерго» и крупнейшая в Китае гидроэнергетическая корпорация «China Yangtze Power» подписали соглашение о строительстве трех электростанций в Восточной Сибири, которые включают Ленскую термоэлектростанцию в Иркутской области (мощностью 1200 МВт), Нижнеангарскую гидроэлектростанцию Красноярской области (600 — 1200 МВт) и Транссибирскую гидроэлектростанцию в Забайкалье 9400-900 МВт). Для реализации этих трех проектов планируется создать совместное предприятие [2].

Создание совместных предприятий является выгодным способом сотрудничества между Россией и Китаем. При государственной поддержке данный вид торгово-экономического сотрудничества ждет бурное развитие в ближайшие десятилетия.

Российскому Правительству необходимо развивать сотрудничество в инвестиционно-финансовой сфере с Китаем, торговлю не сырьевыми ресурсами, а готовой продукцией или полуфабрикатами, так как многие эксперты считают, что «политические и экономические неудачи России по развитию Дальнего Востока подорвали её стремление к стабильному статусу великой державы в Азии и её способность играть эту роль. Если эти тенденции сохранятся в текущем виде, Россия станет младшим партнером Китая и поставщиком сырья, а не самостоятельной державой в Азии». Подобный вывод содержится и в докладе экспертов Европейского совета по международным отношениям: Китай находится в положении «развивающейся супердержавы, которая во все большей степени рассматривает Россию как младшего партнера».

Ни один гражданин Российской Федерации не захочет, чтобы Россию считали только лишь «младшим братом» Китая. Поэтому Правительство РФ должно серьезно задуматься о развитии торгово-экономических отношений с Китайской Народной Республикой, так как если Россия «сдаст позиции» в экономическом сотрудничестве, то может окончательно потерять статус супердержавы во всех сферах деятельности.

Список литературы:

1. Инвестиционное сотрудничество между Россией и КНР [электронный ресурс] <http://www.chinapro.ru>
2. Российско-китайские совместные предприятия [электронный ресурс] <http://www.gazeta.ru>
3. Российско-китайские отношения [электронный ресурс] <http://www.eer.ru>
4. Россия и Китай: дружба крепнет [электронный ресурс] <http://www.scsgroup-consult.com>
5. Таможенная статистика Россия — Китай [электронный ресурс] <http://www.customs.ru>

СЕКЦИЯ 5.

ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ И ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ

Макаревич Анна Николаевна

*канд. экон. наук, доцент НовГУ им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород*

E-mail: makanna11@mail.ru

Штыкова Юлия Андреевна

студент, НовГУ им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород

E-mail: yulka_sh@mail.ru

Проблема дифференциации доходов приобрела особую актуальность в условиях перехода к рынку не только с экономической, но и с социальной точки зрения. Уровень доходов населения является одним из важнейших показателей, определяющих благосостояние, возможность материальной и духовной жизни человека: его отдых, получение образования, поддержание здоровья, удовлетворение насущных потребностей. Её разрешение может в немалой степени повлиять как на личные качества человека, так и на различные сферы его жизнедеятельности.

Рыночные отношения по умолчанию предполагают имущественное неравенство граждан. Дифференциация (неравенство) доходов может рассматриваться с различных сторон. Так, критерием дифференциации могут выступать не только денежные доходы населения, но и размер имеющихся сбережений, стоимость принадлежащих на праве собственности объектов недвижимости.

Рассмотрим основные факторы усиления неравенства в доходах в первом десятилетии XXI века в России и сравним их с факторами последнего десятилетия XX в. Во-первых, следует отметить изменение структуры доходов, которая обусловлена усилением рыночных механизмов хозяйствования, сменой экономической парадигмы в XXI веке. Например, доля оплаты труда и социальных трансфертов в денежных доходах населения снизилась с 91 % в 1990 г. до 80,1 % в

2010 г., доходы от предпринимательской деятельности, напротив возросли с 3,7 % до 9,3 %, а доходы от собственности с 2,5 % до 6,3 % [3, с. 159]. Существенный рост данной части доходов увеличил неравномерность в распределении доходов, так как доходы от собственности и предпринимательской деятельности получает не более трети семей в России.

Преобладающая часть доходов населения по-прежнему формируется за счёт оплаты труда. На предприятиях государственной и муниципальной форм собственности разрыв в оплате крайних децильных групп (десятипроцентные группы населения, принятого за 100 %) с различным уровнем дохода остаётся умеренным, а в частном секторе - он выше более чем вдвое. В негосударственном секторе, как правило, заметно выше доля лиц крайних групп — с наиболее низкой и наиболее высокой оплатой труда. Удельный вес социальных трансфертов в структуре доходов государственного и негосударственного сектора относительно стабилен и составляет 16-17 %. Однако распределяются они неравномерно — низкий уровень пенсионных выплат (менее 30 % от средней оплаты труда в России в 2011 году) сдвигает основную массу их получателей в группу малообеспеченных.

Другим фактором роста дифференциации доходов населения являются межотраслевые разрывы в заработной плате. Обращает на себя внимание низкая оплата труда в сельском хозяйстве и в отраслях социальной сферы. В промышленности, где уровень оплаты труда превышает средний по стране (18881,3 руб. в 2011 году) наблюдается большая дифференциация доходов по отраслям. Заработная плата в 2010 году выше средней отмечалась в следующих отраслях национальной экономики: в добыче нефти — в 2,5 раза, в её переработке — в 2 раза, в газовой промышленности — почти в 5 в раз, в цветной металлургии — в 2 раза. В то же время в машиностроении и в лёгкой промышленности — ниже средней вдвое. В отличие от западных стран (США, Бельгия, Нидерланды, Швейцария) в России данный контингент работающих оказался среди низкооплачиваемых.

Также сильное влияние на дифференциацию доходов населения оказывают региональные различия, обусловленные природно-географическим положением регионов, их экономической и социально-демографической спецификой. По данным Федеральной службы государственной статистики в 2010 г. большинство российских регионов имели среднедушевой доход в месяц 18881,3 руб. Однако, в Москве среднедушевой денежный доход за аналогичный период составил 43875,7 руб., т. е. больше среднероссийского в 2,5 раза. Это объясняется сосредоточением в Москве основного массива финансово-

кредитных структур с высокими доходами. В нижней группе — области с преобладанием сельского хозяйства и малодоходных отраслей, таких как лёгкая и пищевая промышленность. Среди них: Чувашская республика (среднедушевой доход населения в 2010 г. — 10884,7 руб.), республика Марий Эл (10195,2 руб.), республика Ингушетия (9595,7 руб.), Калмыкия (7540,3 руб.) [3, с. 162-163].

Неравенство доходов имеет и гендерный аспект. В России заработная плата женщин в среднем меньше заработной платы мужчин. При высоком уровне профессионального образования занятость женщин выстроена по принципу: чем выше статус рабочих мест, тем меньше доля женщин среди занимающих эти места; чем ниже заработная плата в отрасли, тем больше занято в ней женщин. В результате заработную плату ниже среднего уровня в России получает менее трети мужчин и более половины женщин.

В макроэкономике ключевым индикатором, определяющим неравенство в доходах граждан, является коэффициент Джини. Он характеризует степень отклонения линии фактического распределения общего объёма доходов и заработной платы от линии их равномерного распределения. В России в 2010 году коэффициент Джини составил 0,42. В развитых странах Запада на тот же период он равнялся примерно 0,3. В последнее время в научных кругах доверие к коэффициенту Джини снижается, так как он упускает из виду теневые доходы граждан. В связи с этим возникает необходимость проведения альтернативных оценок имущественной дифференциации, которые позволят достаточно объективно проанализировать положение дел [2].

В своей научной работе «Индексы социального неравенства» (2006 год) Балацкий Е.В., Саакянц К.М. предлагают использовать субъективный индекс Джини, который рассчитывается по данным социологических опросов населения о достаточности располагаемых денежных доходов на приобретение продуктов питания, одежды и предметов длительного пользования. Для России субъективный индекс Джини в 2010 году оценивался на уровне 0,38, а традиционный - составил 0,42 % [1, с. 123]. Таким образом, можно сказать, что информация, представленная государственной статистикой - не достаточно объективна. Расхождение статистических и фактических данных является одной из главных проблем оценки дифференциации доходов в России.

Различные проявления неравенства в доходах определённым образом накладываются друг на друга, сочетаясь с глубокими различиями в собственности на экономические и финансовые ресурсы, в жилищных условиях, в доступе к образованию, науке и культуре, медицинским и рекреационным услугам. Углубляющееся избыточное

неравенство разъединяет российский социум, подрывает корневую систему доверия и сплочённости, препятствует формированию полноценного гражданского общества.

Продолжающийся рост социального неравенства кроется в существенных дефектах сложившейся социально-экономической системы. Одним из таких дефектов является внутригрупповая и межгрупповая борьба за доступ к ресурсам, за их распределение. Как показывает практика, группы населения с относительно низкой конкурентоспособностью могут быть доведены до состояния постоянной борьбы за выживание, озлобленности, чреватой социальными потрясениями. Кроме того, избыточное социально-экономическое неравенство в России является основным препятствием для расширенного воспроизводства человеческого капитала и повышения темпов экономического роста. Тенденции изменений в уровне жизни населения России в последние годы таковы, что сохранение низкого жизненного уровня большинства населения блокирует ее экономическое развитие, усугубляет социально-политическую нестабильность.

Для устранения дефектов социально-экономической системы необходимы изменения в экономических отношениях и институтах, коррекция социальной политики государства, более гибкая и действенная политика в области распределения доходов. Политика распределения доходов населения должна быть направлена, прежде всего, на восстановление роли оплаты труда, как основного источника денежных доходов населения и важнейшего стимула трудовой активности граждан. Необходимо также принять экстренные правовые, экономические и административные меры по ликвидации имеющейся задолженности по заработной плате, введению механизма возмещения материального ущерба при задержках с выплатой заработной платы. По данным 2010 года доход ниже среднероссийского уровня имеет более 50 % граждан нашей страны.

Государство располагает значительным арсеналом прямого и косвенного воздействия на регулирование разрывов в доходах населения, но использование этих средств пока недостаточно эффективно. Только активная государственная социальная политика позволит остановить процесс «обнищания» основной массы населения.

Список литературы:

1. Балацкий Е.В., Саакянц К.М. // Мониторинг общественного мнения. 2006. № 2. С. 122-128;
2. Гусев А.Б. Доходное и жилищное неравенство граждан: механизм поддержания социальной стабильности [Электронный ресурс] // URL: www.urban-planet.org (дата доступа 20.06.2012 г.);
3. Российский статистический ежегодник. 2010. — С. 159-180.

СЕКЦИЯ 6.

ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

СТРУКТУРА ФАКТОРОВ ОКРУЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ

Абрамов Виктор Иванович

*канд. физ.-мат. наук, докторант кафедры менеджмента
Самарского государственного экономического университета,
г. Самара*

E-mail: babs-sseu@yandex.ru

Внешняя среда, ее состояние, влияние на реализацию потенциала новшества определены как компонента инновационного поля с методологической позиции и параметр вероятностного поля реализации инновации, что определяет индексный принцип их (факторов) выражения. Общей задачей настоящего раздела определяется раскрытие принципов и метода интерпретации уровня влияния «факторов окружения» на реализацию инновационного потенциала.

В настоящий момент внешняя среда как объект теоретического исследования академически детерминирована по совокупности факторов описания: «...такие элементы, как потребители, конкуренты, правительственные учреждения, поставщики, финансовые организации и источники трудовых ресурсов, релевантные по отношению к операциям организации» Bell D. G. [2]. Факторы окружения инновационной сферы имеют выраженную специфику по отношению к более общему теоретическому контексту понимания — факторы внешней среды предприятия.

Основываясь на сформированной в работе методологии и теории реализации инновационного потенциала автору необходимо сформировать научный комплекс описания компоненты инновационного поля — факторы окружения. Комплекс включает последовательное решение ряда задач и формирование соответствующих результатов: формализация системных, теоретических принципов описания факторов внешней среды; детерминирование и описание содержания факторов окружения инновационного процесса; выявить распределение факторов влияния

на инновационную деятельность по уровням проявления для вертикальных инновационных систем; синтезировать эконометрический метод интерпретации состояния факторов инновационного процесса применительно к ситуационным исследованиям потенциала реализации новшества.

Первой задачей определяется формализация научных принципов описания факторов внешней среды:

1. Методологический уровень осмысления факторов окружения инновационной деятельности основывается на фундаментальных теоретических положениях теории менеджмента, в частности на работах Elbing A. O., посвященных «...анализу влияния условий на протекание экономических процессов» [3].

2. Факторы рассматриваются как общие институциональные условия развития инновационной деятельности. Понимание инновационной деятельности как части деловой предпринимательской активности позволяет рассуждать о его институциональном окружении.

3. Факторы окружения это условия мезо- и макро- среды, накладываемые на функционирование микро- уровня.

4. Детерминированные факторы обладают научной универсальностью, проявляются на всех уровнях агрегирования инновационной системы.

5. Каждый уровень индуцирует собственные факторы, характеризующие его специфику, уровень формирования институциональных и транзакционных отношений экономической среды.

6. Любой фактор может оказывать позитивное или негативное воздействие, в зависимости от его ситуационного проявления. Именно такой подход определяет его формулировку в исследуемой модели реализации инновационного потенциала. Например, фактор «законодательная база», появляющийся на всех уровнях может, как способствовать, так и препятствовать развитию инновационных процессов.

7. Содержание факторов определяется как научно универсальное, а проявление как уникально ситуационное по отношению к каждому из исследуемого инновационного процесса, проекта.

На основе сформированных принципов автор переходит к решению **второй задачи** — детерминированию состава факторов инновационного поля. Теоретическое решение построено на сформированном автором исследовательском эксперименте, включенном в состав научно-исследовательской работы «Факторы и условия развития инновационного потенциала», выполненной по заказу «Центра инновационного развития» ГОУООВПО СПбГУЭФ, 2010 [1].

Автор последовательно создал гипотетический список факторов, произвел оценку их принадлежности инновационному полю, сформулировал описание каждого из факторов.

Компиляция **гипотетических факторов** основана на сформулированных принципах и изучении опыта оценки условий реализации инновационной деятельности. Источниками первичных факторов для обсуждения автор выбрал ряд научных публикаций исследующих природу факторов влияния на инновационные процессы, а также 3 специализированных источника, включающие оценку факторов (условий и препятствий) реализации новшеств: доклад о национальной инновационной системе и инновационной политике России, Минобрнауки России, 2010; исследование «Инновационная активность крупного бизнеса в России: Механизмы, барьеры, перспективы. Исследование к Санкт-Петербургскому Международному Экономическому Форуму 2010», М: PricewaterhouseCoopers, 2010; интерпретация формы № 4 — «Сведения об инновационной деятельности организаций», утверждена постановлением Росстата от 06.09.2010 № 305.

В исходный пул рассмотрения вошло 47 гипотетических факторов. Для отбора факторов автор провел опрос по базе экспертов. Опрос осуществлен в одну волну по анкете, фрагмент которой представлен на рис. 38. Эксперты оценивали каждый из 47 гипотетических факторов на предмет их влияния на реализацию инновационного процесса по шкале с дифференциалом 5. Полученные анкеты были статистически обработаны: последовательно была выведена кумулятивная сумма оценок по каждому фактору с последующим нормированием по максимальной величине:

$$EFI_i = \frac{KFI_i}{\max(KFI_1 \dots KFI_i \dots KFI_n)}, \quad \text{Формула 1,}$$

где EFI_i — средняя оценка экспертов в исследовании значимости уровень влияния i -го фактора на реализацию инновационного потенциала;

KFI_i — кумулятивная сумма оценок экспертов в отношении i -ого фактора;

$\max(KFI_1 \dots KFI_i \dots KFI_n)$ — максимальная кумулятивная сумма оценок экспертов в отношении i -го фактора.

В итоге автором выделено **28 факторов** (табл. 1), чья нормированная оценка влияния, значимости (EFI_i) была выше

введенной границы в 0,5 — сформировано методом кластерного анализа оценок (3 кластера). Представленный в табл. 1 список факторов окружения процесса реализации инновационного потенциала и определения их сущности можно рассматривать как **решение второй задачи** настоящего раздела. Формализованный список может рассматриваться как самостоятельное научное решение — детерминирование факторов внешней среды инновационного процесса.

Таблица 1.

Формализация сущности факторов окружения инновационной деятельности. Обозначения: EFI_i — средняя оценка экспертов в исследовании значимости уровня влияния фактора на реализацию инновационного потенциала.

Код	Обозначение фактора	EFI_i	Сущность фактора
f1	Объективность направлений НТР	0,544	Степень расхождения вектора научно-технологических исследований инноватора с ключевыми трендами технологического уклада, научно-технического развития - НТР (актуальные НТР обсуждаются на стр. 23).
f2	Институциональные факторы	0,523	Сформированность институтов инновационной деятельности, включая коммерческое развитие соответствующей инфраструктуры, аутсорсинг, уровни специализации субъектов в рамках инновационных отношений.
f3	Инфляция	0,621	Предсказуемость тренда развития, темпы снижения — увеличения.
f4	Активность предпринимательства	0,732	Формальный индекс деловой активности среды предпринимательства, отражающий рыночные процессы товарооборота, биржевые индексы и движение капиталов, инвестиций.
f5	Законодательная база	0,981	Характеристика нормативной базы (по уровню инновационной системы) влияния (позитивного или негативного) на инновационные процессы.
f6	Инструменты защиты интеллектуальной собственности	0,877	Нормативные (законодательные), институциональные и профессиональные возможности защиты интеллектуальной собственности: патенты, изобретения, полезные модели, ноу-хау.
f7	Таможенные условия	0,678	Таможенная структура и механизмы, нормативная база, ее влияние на экспорт и импорт сырья и комплектующими, экономические условия обмена технологиями.
f8	Протекционизм	0,921	Нормативная и политическая система защиты экономических условий реализации хозяйственной деятельности субъектов инновационной деятельности.
f9	Финансовая устойчивость	0,875	Предсказуемость и защищенность рынков капитала и ценных бумаг, возможность управления финансовыми активами инновационной деятельности.

f10	Активность венчурных инвесторов	0,879	Объем и интенсивность размещения венчурного капитала в инновационных проектах, стартовый уровень риска финансирования проектов (уровень неопределенности его коммерческих результатов).
f11	Рынок капитала	0,788	Сформированность рынка капитала, институтов инвестирования в инновационную деятельность, механизмов донорства и акцептирования финансовых средств.
f12	Экономическая состоятельность	0,678	Сформированность, устойчивость хозяйственной, предпринимательской деятельности предприятий (субъектов микро- уровня) реализующих инновационные проекты.
f13	Транспортная инфраструктура	0,591	Развитие социальной и(или) профессиональной транспортной инфраструктуры соответствующей отрасли, комплекса.
f14	Коммуникационные механизмы	0,672	Состояние информационной среды, ее коммуникаций, развитость медиа механизмов, баз данных и систем информационного общения - механизмов влияния на уровень транзакционных расходов.
f15	Налоговая политика	0,781	Влияние налоговой системы на инновационную деятельность.
f16	Система фундаментальных научных исследований	0,889	Развитие системы фундаментальных НИР и механизмов трансфера ее результатов в систему прикладных НИОКР.
f17	Прозрачность информации	0,591	Доступность и актуальность информации об идее инновационного потенциала и инновационном поле.
f18	Система образования	0,781	Система подготовки кадров для инновационного менеджмента и профессиональных областях реализации идеи нововведения.
f19	Интеграция и кооперация	0,691	Развитие профессиональных сетей, выражающих возможности реализации инновационного потенциала в системе аутсорсинга, аутстаффинга, контрактинга.
f20	Инновационные культура и мышление	0,771	Уровень готовности профессиональных и социальных систем к принятию идей, реализации и потреблению нововведений.
f21	Транзакционные издержки	0,581	Уровень затрат на формирование транзакционных отношений предприятия, инноватора, индивидуального предпринимателя в системе реализации инновационного проекта.
f22	Темпы обновления продукции	0,761	Жизненный цикл товаров и технологий. Темпы, задаваемые предпринимателю — инноватору, на формирование новых инновационных решений.
f23	Социальная сфера	0,567	Степень влияния социальной сферы, ее развития на интеллектуальные и трудовые ресурсы, вовлеченные в инновационный процесс.

f24	Платежеспособный спрос	0,791	Развитость платежеспособного спроса, непосредственно влияющего на возможности приобретения инновационной продукции.
f25	Конкурентная среда	0,887	Сложившиеся формальные и неформальные нормы отношений в профессиональной среде — конкурентные отношения.
f26	Развитие ассоциаций	0,567	Уровень развития профессиональных отношений, распределение транзакционной нагрузки в отраслях, их делегирование профессиональным союзам.
f27	Консолидация	0,897	Уровень консолидации (коэффициент концентрации CR3) конкурентных рынков.
f28	Технологический уровень	0,773	Степень соответствия производственной, технологической базы промышленных предприятий требованиям ОКР и технологического внедрения со стороны продуктовых новшеств. Возможность тиражирования продуктовых инноваций на базе современного производственного комплекса.

Список литературы:

1. Отчет по научно-исследовательской работе «Факторы и условия развития инновационного потенциала». Исполнитель: Абрамов В.И. Работа выполнена по заказу «Центра инновационного развития» ГОУООВПО СПБГУЭФ, СПб: СПГУЭФ, 2010.
2. Bell G.D., Organizations and the External Environment, in McGuire, op. cit., p. 260, 2002.
3. Elbing A.O., On the Applicability of Environmental Models, in 1 W McGuire, ed., Contemporary Management, Englewood Cliffs N.J.: Prentice-Hall, 1974, p. 283.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ИНВЕСТИЦИОННОГО РИСКА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Леонова Наталия Георгиевна

*аспирант, преподаватель кафедры «Финансы кредит и бухгалтерский учет» ТОГУ, г. Хабаровск
E-mail: nata.leonova@rambler.ru*

Инвестиции имеют важное значение для экономики. Законодательство так определяет термин инвестиции — денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе

имущественные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [3].

Инвестиции можно подразделить в соответствии с объектом инвестирования: на реальные и финансовые инвестиции. На сегодняшний день стало весьма актуальным большее значение уделять финансовым инвестициям, т. к. они могут принести значительный доход предприятию.

По данным Госкомстата, реальные инвестиции растут, в свою очередь растут и затраты на научно-исследовательские разработки, что показано в таблице 1.

Таблица 1.
Объемы инвестиций за 2008-2010 гг., млрд. руб.

Виды инвестиций	2008г.	2009г.	2010г.	Темп прироста за 2009—2010гг.
Инвестиции в нефинансовые активы, в том числе:	6794,9	6117,4	6704,1	9,59
в нематериальные активы	30,7	23,6	23,6	-
в основной капитал	6705,5	6040,8	6617	9,54
в научно-исследовательские разработки	21,8	20,5	26,8	30,73
иные нефинансовые инвестиции	36,9	32,5	36,7	12,92
Иностранные инвестиции	17254,65	81927	114746	40,05

Основной целью инвестиционной деятельности, как и любой другой является получение дохода. А в любой деятельности присутствуют доля риска. Таким образом, цель инвестиционной деятельности состоит в увеличении дохода при минимальном уровне риска инвестиционных вложений. Инвестиции в свою очередь связаны с различными рисками.

Необходимо отметить, что для каждого промышленного предприятия характерен индивидуальный набор рисков. Так промышленные предприятия в зависимости от оборота можно разделить на крупные, средние и мелкие. Количество промышленных предприятий в 2009 г. составляло 157985 предприятий, а в 2008 г. —

94341 предприятие, без учета малых форм. Средние предприятия в РФ составляли в 2010 г. — 18882 предприятия, а на второй квартал 2011 г. — 17090. Число малых предприятий возросло в 2010 г. до 1.602,1 тыс. единиц. Организации можно разделить также на закрытые и открытые; открытые компании активны на фондовом рынке, открыты для финансовых инвестиций, чего нельзя сказать о закрытых компаниях.

В свою очередь крупные предприятия зачастую подвержены большим рискам, чем средние или мелкие. Причиной является большие объемы производства и количества производимых операций. Также промышленные предприятия делятся по секторам и видам производства, в частности предприятия агропромышленного сектора, формируют свои риски отличные от рисков предприятий перерабатывающих производств. Что выражается и при рассмотрении инвестиционного риска. Производственные предприятия преимущественной формой инвестирования имеют реальные вложения в инвестиционные проекты, что позволяет им развиваться высокими темпами. Финансовые инвестиции этих предприятий связаны в основном с краткосрочными вложениями свободных денежных средств или осуществляются с целью установления контроля над деятельностью отдельных предприятий. При этом стоит отметить, у предприятия на ранней стадии развития высокая доля инвестиций носит реальную форму, развитое же предприятие расширяет долю финансовых инвестиций.

Классификация инвестиционных рисков многоаспектна, ученые до сих пор не пришли к единому мнению, какие риски можно назвать инвестиционными, а какие нет. Классификация инвестиционных рисков является вопросом дискуссионным. В частности зарубежные экономисты выделяют преимущественно два вида инвестиционных рисков: системные и несистемные.

Так, системные риски — это риски присущие портфелю ценных бумаг, иначе данный вид риска называется - риск инвестиционного портфеля. Данный вид риска включает в себя процентный риск (interest-rate risk), инфляционный риск (inflation risk), валютный риск (currency risk), риск ликвидности (liquidity risk), и политический риск (sociopolitical risk). Данный вид риска влияет на все компании.

Несистемный риск — это риск присущей одной ценной бумаге. Данный вид риска включает: риск управления (management risk), кредитный риск (credit risk). Данный риск является специфическим для инвестора.

Следовательно, зарубежные авторы связывают инвестиционный риск с рынком ценных бумаг, с портфельными инвестициями.

В отличие от зарубежных экономистов в российской практике единства по данному вопросу нет. Так одни авторы склоняются к ранее описанной классификации, другие классифицируют риски в соответствии с объектом инвестирования. Так выделяются риски связанные с реальными инвестициями и финансовые риски.

По мнению автора статьи если сравнить общую классификацию рисков и классификацию инвестиционных рисков, то можно сделать вывод, что под понятие инвестиционных рисков подпадают все виды рисков, в той или иной степени, влияющие на исход инвестиционного проекта. Так авторами разработана следующая классификация, представленная на рисунке 1, основным критерием данной классификации является — объект инвестирования.

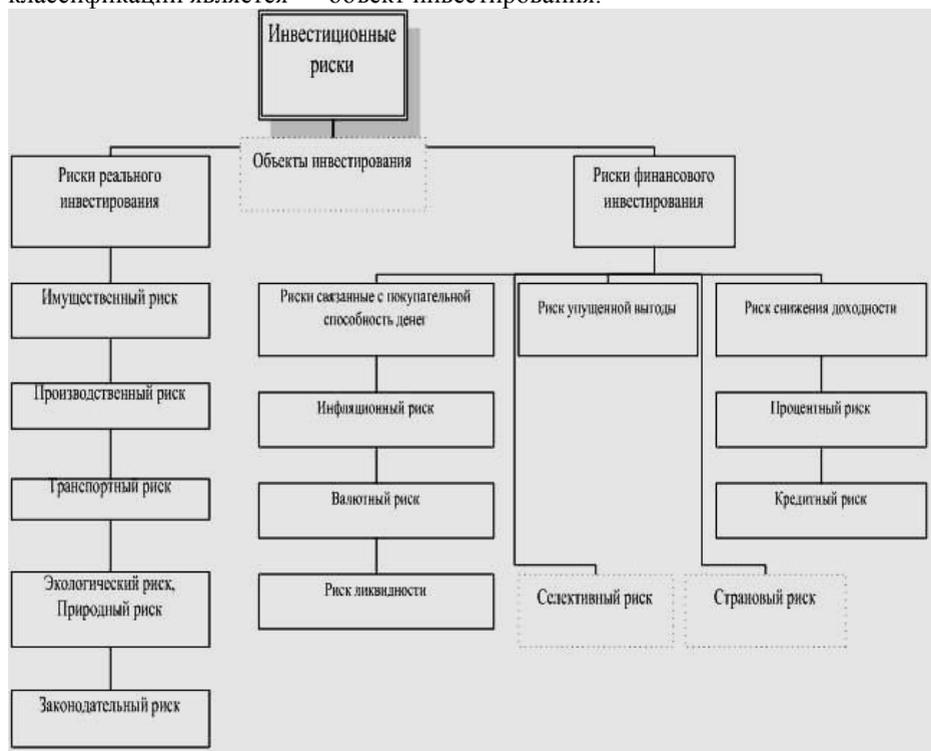


Рисунок 1. Классификация инвестиционных рисков

В данной классификации инвестиционные риски подразделяются в соответствии с объектом инвестирования на риски реального инвестирования и риски финансового инвестирования (портфельные

риски). Первые риски возникают в процессе вложения средств в реальные, материальные объекты. Данные виды рисков представлены на рисунке 1. Риски финансового инвестирования носят дискуссионный характер, т. е. некоторые экономисты подразделяют их, как уже отмечалось, на системные и несистемные. По нашему мнению данный вид риска включает наиболее опасные и непредсказуемые риски. Большинство российских экономистов выделяют следующие виды финансовых рисков:

- деловой риск;
- риск ликвидности;
- риск обменного курса;
- политический риск.

Выделяя только эти риски, авторы не учитывают специфику риска, его многоаспектность, а также не рассматривают возможность перетекания одного риска в другой, их смешивание, что уже является затруднительным при идентификации риска.

Как показано на рисунке 1 риски финансового инвестирования включают три основные группы рисков. Первая группа — риски связанные с покупательной способностью денег. Риск упущенной выгоды — это риск наступления косвенного финансового ущерба в результате неосуществления какого-либо мероприятия (например, страхования, хеджирования, инвестирования и т. п.). Риск снижения доходности — возникает в результате уменьшения размера процентов и дивидендов по портфельным инвестициям, по вкладам и кредитам.

В соответствии с рисунком 1 отдельно можно выделить два риска не входящие в группы рисков финансового инвестирования. В частности селективный риск — риск ошибочного выбора объекта для инвестиций, вероятность того, что вследствие неправильной оценки инвестиционных характеристик конкретной ценной бумаги инвестор понесет потери. А также страновой риск — это риск того, что действия суверенного правительства или экономические, политические и социальные изменения в стране повлияют на способность должника, связанного с данной страной, исполнить свои обязательства.

Анализируя данные виды рисков, можно отметить, что в соответствии с данными опроса Ernst & Young «Инвестиционные риски России», наибольшее число респондентов первое место отдали кредитному риску 45%. Для сравнения: аналогичный показатель по другим странам с развивающейся рыночной экономикой составляет лишь 25 %. [5].

Таблица 2.

**Основные инвестиционные риски,
с которыми сталкиваются
промышленные предприятия РФ**

Вид риска	Ранг, %
Кредитный риск	45
Рыночный риск	35
Нормативный риск	27
Валютный риск	23
Политический риск	17
Ценовые риски	16
Операционный риск	8

В заключение подчеркнем, основой классификации рисков является анализ факторов и определения их значимости для конкретного промышленного предприятия. Их предотвращение ведет к снижению вероятности возникновения риска. В свою очередь важным моментом при оценке инвестиционного риска является точное определение его подвида.

Список литературы:

1. Как оценить риски проектов / И.И. Голоушкина // Финансы: стратегия и тактика. 2008. № 4
2. Центральная база статистических данных // Режим доступа : [http : // www.gks.ru](http://www.gks.ru)
3. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»: Федеральный закон Российской Федерации от 25.02.1999 г. № 39-ФЗ // Режим доступа: [http : // www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).
4. De Bondt W. A Portrait of the Individual Investor // European Economic Review. 1998. Vol. 42, N3-5. P. 831 — 844;
5. Risk Management in Russia EM Rus / «Эрнст энд Янг», 2007 // Режим доступа : [http : // www.ey.com/russia](http://www.ey.com/russia).
6. The Financial Industry Regulatory Authority, 2012 // Режим доступа : <http://www.finra.org/Investors/SmartInvesting/AdvancedInvesting/ManagingInvestmentRisk/>

СЕКЦИЯ 7.

УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ

ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И УСЛУГ

Азизов Эльман Адалять оглу
соискатель, Азербайджанский Государственный Экономический
Университет, г. Баку, Азербайджан
E-mail: xazar_baki@mail.ru

Предпринимательство в сфере торговли и услуг осуществляется в основном в розничной торговле. Розничная торговля характеризуется динамическими изменениями, что обуславливает важную роль маркетинговой стратегии.

В этой сфере предпринимательская деятельность ярко прослеживается посредством осуществления «розничного торгового рынка» в результате смены периода новых фирм. Новые фирмы обладают в розничной торговле конкурентным преимуществом — не большой объем услуг и предложением более низких цен, обусловленных низкими оперативными расходами. Обычно в розничной торговле предпринимательство начинается так. Со временем предпринимательская деятельность в розничной торговле расширяется, цены повышаются и этим открывается путь к новаторству другим розничным торговцам [1].

Однако современный предпринимательский ролик розничной торговли отличается от традиционного ролика. Прежде всего, в этой сфере современное предпринимательство основывается на разработке стратегии розничной торговли. Розничные фирмы, также как и производственные предприятия должны разрабатывать маркетинговую стратегию. Однако цели этой стратегии другие. Стратегия предприятий розничной торговли ориентирована на привлечение потребителей к магазинам предприятий и обеспечение ассортимента товаров для возможности выбора. В целом же, современное предпринимательство в сфере розничной торговли всегда основана на разработке стратегии розничной торговли.

Современное предпринимательство в значительной степени влияет на цели формирования структур фирм розничной торговли. В это время формирование структуры торговых фирм предусматривает три основные цели. Первое, эффективная структура торговых фирм оказывает

помощь всестороннюю торговым агентам и выполнению директорами функций по продаже. Второе, эффективная структура торговых фирм создает возможность торговым агентам и руководителям хоть и в не большом объеме плодотворно выполнять свои функции. Наконец, третье, в целях достижения поставленных целей необходимо принять решение о трех взаимосвязанных блоках проблем: стратегия каналов продаже, структура торговой фирмы; размещение торгового состава.

Все вышесказанное, в общем виде, изменяет функции предпринимательства в сфере услуг. Так, например процесс выполнения составляет основную функцию большинства сервисных фирм, потому, что это деятельность увязывающая систему услуг, выполнение операций и фактически доставку соответствующих услуг клиентам. Кроме этого, отдел маркетинга может выполнять много полезных функций. Сбор информации о спросе клиентов и уровне его обеспечения, оценка и выбор сегмента рынка, разработка ценовой политики, прогнозирование спроса, сбор информации о конкурентах и их положении на рынках [2].

При исследовании предпринимательской деятельности особое место отводится методам прогнозирования.

Практика современной предпринимательской деятельности включает в себя единую целостную систему методов прогнозирования: метод аналогов, симплексные, дулексные и комплексные методы; субблокальные, локальные, суперглобальные и глобальные методы; экспертные оценки, метод Допори, метод классификации, метод сравнения, метод распределительных данных, метод свободных цен, эталонный метод и др.

Аналогия — это процесс переноса знаний о каком-нибудь предмете на другой. Такой перенос правилен только с определенной вероятностью, так, сходство между случаями может быть и не полным.

По аналогии выводятся некоторые результаты характеризующие спрос. Например, есть основание считать, что структура спроса групп семей с низким уровнем доходов, во время увеличения доходов может приблизиться к структуре спроса групп семей с высоким уровнем доходов. В странах, где новые виды товаров появляются несколько позже, спрос на эти товары в них будет развиваться аналогично его развитию в странах, где эти товары появились раньше.

Методы прогнозирования, в том числе классифицируются и по числу наук, где они используются. Поэтому признаку методы прогнозирования принято различать по трем группам: общенаучная, интер-научная и частная наука.

Методы общего научного прогнозирования используются во всех науках для прогнозирования определенных объектов. Интернаучные методы — это методы прогнозирования, использующиеся в двух и более науках. Частные научные методы используются для

прогнозирования только одного научного объекта. Экономические прогнозы в основном разрабатываются посредством интер-научных методов. Из частных научных методов можно отметить только индексный метод, этот метод применяется совместно с научными методами.

В соответствии с количеством применяемых методов различаются три группы прогнозов:

1. Симплексная — в ее разработке применяется только один метод прогнозирования;

2. Диплексная — из их состава используется два метода. Например, прогнозирование спроса по товарам, сложным в технологическом отношении может разрабатываться экстраполяцией уровня обеспечения начального спроса, а спрос по замене может разрабатываться путем нормативных расчетов сроков замены.

В диплексном прогнозировании два метода могут использоваться последовательно и параллельно;

3. Комплексная — строится на основе использования трех и более методов [3].

По масштабам объектов прогнозирования общая научная классификация прогнозов может различаться по следующим группам: sibлокальная, локальная, суперлокальная, субглобальная, глобальная. В экономической практике прогнозирование масштабов объектов, прежде всего, определяется масштабом административного района. Однако это не говорит о том, что разработка прогнозов должна осуществляться по всем уровням иерархической структуры, в том числе разработка прогнозов последовательно с нижней иерархической ступени до верхней не требуется.

Прогнозирование методом экспортных оценок в основном используется при долгосрочном прогнозировании научно-технического прогресса и называется методом Депори. Этот метод используется при прогнозировании научных изобретений и когда невозможно сформировать имеющуюся информацию.

Список литературы:

1. Мехтиев И.А. Инвестиционная структура Азербайджана и ее влияние на развитие экономики. — Москва., Наука, 2004. — 220 с.
2. Шакаралиев А.Ш. Экономическая политика государства; реальность и перспектива. — Баку.: Экономика, 2009. — 415 с.
3. Ширай В.И. Мировая экономика и международные экономические отношения. — Москва.: Издательский дом Дашков и К., 2003. — 528 с.

СЕКЦИЯ 8.

ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА И РОЛЬ МЕСТНОГО БЮДЖЕТА

Коновалюк Оксана Владимировна
студент 3 курса, ИЭУ, ХГУ, г. Абакан
E-mail: konovalyk@mail.ru

Кравченко Павел Владимирович
канд. экон. наук, доцент, ХГУ, г. Абакан

Одним из звеньев бюджетной системы РФ являются местные бюджеты. Они выступают как финансовая и экономическая база местного самоуправления. Данная тема является особо актуальной в связи с тем, что в бюджетах муниципальных образований оседает основная доля национального дохода. Следует отметить, что местные органы власти обеспечивают решение всего комплекса проблем жизнеобеспечения населения, поэтому они должны обладать достаточными средствами для осуществления социальной и экономической политики.

Законодатель в Конституции Российской Федерации закрепил, что органы местного самоуправления самостоятельно формируют, утверждают и исполняют местный бюджет [1; ч. 1 ст.132]. Бюджетный кодекс РФ дает следующее определение понятия «бюджет». Под ним понимается форма образования и расходования денежных средств, предназначенных для финансового обеспечения задач и функций государства и местного самоуправления [3; ст. 15]. Также средства местного бюджета отнесены к объектам муниципальной собственности [2; ст. 215]. Тем самым, местные органы власти наделяются государственными полномочиями на территории данного муниципального образования.

Термин местный бюджет можно рассматривать как юридическую, так и экономическую категорию. С юридической точки зрения местный бюджет представляет собой правовой акт, в форме решений представительных органов местного самоуправления.

С помощью этого реализуется принцип демократизма в бюджетной и управленческой деятельности. Такие решения могут быть представлены отчетами об исполнении бюджета, сводными бюджетными росписями. Если выделить понятие местного бюджета как экономическую категорию, то его сущность проявляется в формировании денежных фондов, предназначенных для осуществления местного самоуправления.

Рассматривая понятие местный бюджет, как экономическую категорию, следует отметить, что его значение проявляется через выполняемые им функции. Местные бюджеты выполняют основные две функции: регулирующую и контрольную. С помощью регулирующей функции местные органы, распределяя средства бюджета, осуществляют поддержку отдельных отраслей экономики, социально значимых для населения, нуждающихся во вливании средств. Также бюджет муниципального образования позволяет государству направлять средства на образование, здравоохранение, социальную политику. Таким образом, обеспечивается решение всего комплекса задач, стоящих перед исполнительными органами власти. Кроме влияния на отдельные сектора экономики, регулирующий эффект оказывают налоги, стимулируя или сдерживая активность отдельных отраслей или сфер деятельности. Через контрольную функцию реализуется принцип прозрачности бюджетной системы, т.е. производится контроль со стороны федерального казначейства, налоговой инспекции и других органов власти за расходованием бюджетных средств.

Выделенные выше функции выполняются, если бюджет сбалансирован, т.е. имеются достаточные средства для выполнения местными органами власти своих обязательств. При этом, как и любой бюджет, он должен быть гибким, подстраиваясь под современные условия.

Как и другие бюджеты, местный бюджет предусматривает наличие доходов и расходов. Доходы бюджета - денежные средства, которые поступают в безвозвратном и безвозмездном порядке в распоряжение местных органов власти.

В соответствии с Федеральным законом от 22.12.2005 № 176-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О Бюджетной классификации Российской Федерации и Бюджетный кодекс Российской Федерации» доходная часть бюджета муниципального образования формируется за счет:

- налоговых доходов;
- неналоговых доходов;

- безвозмездных перечислений [4].

Налоговые доходы формируются за счет поступления в бюджет федеральных, региональных налогов и сборов субъектов РФ и местных налогов и сборов, а также пеней и штрафов. К местным налогам в настоящее время относят налог на имущество физических лиц и земельный налог. Основу доходов же бюджетов муниципальных образований составляют отчисления от налога на прибыль предприятий, налога на доходы физических лиц, акцизов, платежей за пользование природными ресурсами и нескольких других. Большинство из них являются федеральными или региональными, и влиять на их ставки и долю отчислений местные власти не могут. Как можно убедиться, ни о какой финансовой самостоятельности местных органов самоуправления не может идти и речи. Они полностью зависят от решений федеральных и региональных органов власти и от отчислений от налогов, дотаций и субвенций, которые они получают сверху.

К неналоговым доходам местного бюджета относят доходы от использования, продажи имущества, являющегося муниципальной собственностью, доходы от платных услуг, которые оказывают местные органы и т. д.

Что касается безвозмездных поступлений в бюджет муниципального образования, то они могут поступать от физических и юридических лиц, бюджетов других уровней, правительств иностранных государств, и т. д.

Основу же перечислений из бюджетов других уровней составляют дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности муниципальных образований и иные средства финансовой помощи. Бюджетная система в России чрезвычайно запутана. Каждый регион выстраивает систему отношений с местными бюджетами по-своему, часто исходя из политических соображений. Бюджетная политика субъекта РФ основывается на выравнивании финансового положения муниципальных образований региона, вне зависимости от уровня их собственных доходов. При такой ситуации в максимальном проигрыше оказываются так называемые «города-доноры», которые вносят основной вклад в формирование консолидированного бюджета.

Расходные обязательства устанавливаются органами местного самоуправления самостоятельно и исполняются за счет собственных доходов и источников покрытия дефицита местного бюджета расходных обязательств. Расходная часть местного бюджета направляется на:

- содержание органов местного самоуправления;
- благоустройство и озеленение территорий муниципальных образований;

- организацию транспортного обслуживания населения и учреждений, находящихся в муниципальной собственности или в ведении органов местного самоуправления;
- охрану окружающей природной среды на территориях муниципальных образований;
- реализацию целевых программ, принимаемых органами местного самоуправления.

При этом основная доля расходов местных бюджетов уходит на финансирование образования, здравоохранения, социальное обслуживание населения, культуру, т. е. финансирование учреждения социальной сферы. Таким образом, бюджеты муниципальных образований имеют социальную направленность.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод: местные бюджеты являются фундаментом финансовой системы РФ и играют важную роль в развитии муниципального образования и уровне жизни населения. Поэтому восполнить недостающие пробелы в формировании ресурсного потенциала муниципальных образований можно лишь за счет изменения не только количественных, но и качественных факторов, влияющих на развитие территории. Таким образом, местные органы власти должны обеспечить комплексное развитие территории, различных сфер экономики, производственной и непроизводственной сфер.

Список литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 31 июля 1998 № 145 — ФЗ; в ред. Федерального закона от 30 ноября 2011 № 361 // Российская газета. — 1998 г. — 12 августа. — № 153-154; Российская газета. — 2011 г. — 7 декабря. — № 275.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ; в ред. Федерального закона от 6 декабря 2011 г. № 405 // Российская газета. — 1994 г. — 8 декабря. — № 238-239; Российская газета. — 2011 г. — 14 декабря. — № 281;
3. Конституция Российской Федерации принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.: в ред. Федерального Конституционного Закона от 30 декабря 2008 г. № 7-ФКЗ // Российская газета. — 1993 г. — 25 декабря; Российская газета. — 2009 г. — 21 января. — № 7;
4. О Бюджетной классификации Российской Федерации и Бюджетный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 22 декабря 2005 № 176 — ФЗ; в ред. Федерального закона от 26 апреля 2007 г. № 63 // Российская газета. — 27 декабря. — № 233; Российская газета. — 28 апреля. — 2007 г. — № 4354.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Ширяева Наталья Викторовна

канд. экон. наук, доцент ФГБОУ ВПО УлГТУ, г. Ульяновск

E-mail: n.shiryaeva2012@yandex.ru

Оценка финансовых рисков предприятия является относительно новым самостоятельным направлением финансового менеджмента и одним из наиболее важных управленческих процессов в его системе. Финансовые риски оказывают серьезное влияние на многие аспекты финансовой деятельности предприятия, однако наиболее значимое их влияние проявляется в двух направлениях. Риск — это вероятность возникновения потерь, убытков, недопоступлений планируемых доходов, прибыли. Потери, возможные в предпринимательской деятельности, можно разделить на материальные, трудовые, финансовые.

Рассмотрим систему оценки рисков в условиях конкретного хозяйствующего субъекта — ООО «Волжская торговая компания». Степень риска измеряется двумя показателями: средним ожидаемым значением и колеблемостью (изменчивостью) возможного результата. Среднее ожидаемое значение связано с неопределенностью ситуации, оно выражается в виде средневзвешенной величины всех возможных результатов ($E_{(x)}$), где вероятность каждого результата (A) используется в качестве частоты или веса соответствующего значения (x). Это можно записать в виде формулы:

$$E_{(x)} = A_1x_1 + A_2x_2 + \dots + A_nx_n. \quad (1)$$

При условии вложения средств ООО «Волжская торговая компания» можно определить ожидаемое значение прибыли в двух вариантах:

- вложение средств по сооружению инженерных сетей. При этом из 150 случаев прибыль в сумме 200,0 тыс. руб. была получена в 75 случаях. Прибыль 250,0 тыс. руб. — в 60 случаях и прибыль 300,0 тыс. руб. — в 15 случаях;
- вложение средств по строительству зданий. Осуществление данного мероприятия из 150 случаев может дать прибыль 190,0 тыс. руб. в 60 случаях; прибыль 240,0 тыс. руб. — в 45 случаях.

Необходимо определить вероятность получения прибыли в обоих мероприятиях:

- $E_x = (200 \times 75) + (250 \times 60) + (300 \times 15) = 15000 + 15000 + 4500 = 34000$ тыс. руб.
- $E_x = (190 \times 60) + (240 \times 45) = 11400 + 10800 = 22200$ тыс. руб.

Далее необходимо определить среднее ожидаемое значение прибыли, которое составит:

- по вложению средств по созданию сетей: $34000 : 150 = 226,7$ тыс. руб.
- вложение средств по строительству заданий: $22200 : 150 = 14,8$ тыс. руб.

Следовательно, более выгодным считается вложение средств по сооружению инженерных сетей со среднеожидаемым значением прибыли 226,7 тыс. руб.

Для окончательного решения необходимо измерить колеблемость (изменчивость) показателей, т. е. определить меру колеблемости возможного результата. Колеблемость возможного результата представляет собой степень отклонения ожидаемого значения от средней величины. Для ее определения обычно рассчитывают дисперсию или среднеквадратическое отклонение:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N (X_{ch} - X_i)^2}{N}}, \quad (2)$$

где δ — среднеквадратическое отклонение;

x_i — ожидаемое значение для каждого случая наблюдения;

x_{cp} — среднее ожидаемое значение;

N — частота случаев (наблюдений).

Коэффициент вариации — это отношение среднего квадратического отклонения к средней арифметической. Он показывает степень отклонения полученных значений и рассчитывается по формуле

$$V = \frac{\delta}{x_{cp}} \times 100\%. \quad (3)$$

Коэффициент вариации позволяет сравнивать колеблемость признаков, имеющих разные единицы измерения. Чем выше коэффициент вариации, тем сильнее колеблемость признака. Установлена следующая оценка коэффициентов вариации:

- до 10 % — слабая колеблемость;
- 10-25 % — умеренная колеблемость;
- свыше 25 % — высокая колеблемость.

Следовательно, необходимо определить по рассматриваемым вложениям средств среднее квадратическое отклонение и коэффициенты вариации при ожидаемом значении прибыли. Среднеквадратическое отклонение составит:

- создание товарных сетей:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N (226,7 - 200)^2 + (226,7 - 250)^2 + (226,7 - 300)^2}{150}} = \frac{\sqrt{712,9 + 542,9 + 5372,9}}{150} = 0,543$$

- строительство зданий:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N (14,9 - 190)^2 + (14,9 - 240)^2}{150}} = \frac{\sqrt{175,1 + 225,1}}{150} = 1,267$$

Далее рассчитывают коэффициенты вариации:

- создание товарных сетей:

$$V = \frac{0,543}{226,7} \times 100 \% = 0,24 \%$$

- строительство зданий:

$$V = \frac{1,267}{14,9} \times 100 \% = 8,50 \%$$

Расчетные значения позволяют сделать вывод о слабой степени колеблемости создание товарных сетей и строительство зданий. Следовательно, из двух вложений средств необходимо выбрать первый, так как среднеожидаемое значение прибыли в данном случае значительно выше.

Доходность данного портфеля может быть определена по формуле:

$$\bar{R} = X_1 \bar{R}_A + X_2 \bar{R}_2 \quad (4)$$

где X_1, X_2 — доля соответствующего актива в портфеле;

R_1, R_2 — средняя ожидаемая доходность активов.

Для условий ООО «Волжская торговая компания» средняя ожидаемая доходность портфеля составит:

$$(0,05 \times 2 : 3) + (0,15 \times 2 : 3) = 0,0833, \text{ или } 8,33 \%$$

Понятия ковариации и корреляции играют важнейшую роль в определении риска портфеля и теории инвестиций в целом. В частности, с учетом возможных взаимосвязей доходностей риск портфеля из двух активов может быть определен по следующей формуле:

$$\sigma_{1,2} = \sqrt{X_1^2 \sigma_1^2 + X_2^2 \sigma_2^2 + 2X_1 X_2 \rho_{1,2} \sigma_1 \sigma_2} \quad (5)$$

Определим риск портфеля первого и второго вида вложений:

$$\sigma_{1,2} = \sqrt{(2 : 3)^2 (0,2)^2 + (1 : 3)^2 (0,4)^2 + 2(2 : 3)(1 : 3)(0,2)(0,4)\rho_{1,2}} = \sqrt{0,0355 + 0,0355\rho_{1,2}}$$

Как следует из полученного результата, риск портфеля непосредственно зависит от значения коэффициента корреляции. Однако последний не влияет на его доходность.

Далее необходимо рассмотреть основные варианты корреляции.

1. при $\rho = 1$ (полная положительная корреляция) риск портфеля из двух активов. Таким образом, в данном случае риск портфеля зависит только от риска и доли каждого актива, входящего в портфель. В частности, риск портфеля по рассмотренным мероприятиям составит:

$$\sigma_{1,2} = \sqrt{0,0355 + 0,0355 \times 1} = 0,2667$$

Как и следовало ожидать, зависимость является линейной. Таким образом, при $\rho = 1$ все возможные портфели, построенные из различных комбинаций активов, будут лежать на одной прямой, проведенной между точками их расположения.

2. при $\rho = 0$ (независимость изменения доходностей активов). Таким образом, в данном случае риск портфеля уменьшается на величину последнего слагаемого. При этом средняя доходность портфеля остается неизменной. Риск портфеля $\rho_{1,2} = 0$ будут выглядеть следующим образом:

$$\sigma_{1,2} = \sqrt{0,0355 + 0,0355 \times 0} = 0,1886.$$

3. при $\rho = -1$ (полная отрицательная корреляция). В данной ситуации риски отдельных активов в портфеле взаимно уравновешиваются. Более того, при определенной структуре портфеля его риск может быть полностью устранен. Риск портфеля при $\rho = -1$ можно представить:

$$\sigma_{1,2} = \sqrt{0,0355 + 0,0355 \times (-1)} = 0.$$

Для определения структуры портфеля, приводящей к полному устранению риска, выразим долю актива строительства зданий через актив сооружению инженерных сетей. Поскольку общая сумма долей каждого актива в портфеле должна быть равна 1, или 100 %, имеем $X_2 = (1 - X_1)$.

Для рассматриваемых вложений доля актива по сооружению инженерных сетей составит $0,4 : (0,2 + 0,4) = 0,667$, или $2/3$. Доля актива по строительству зданий будет равна $(1 - 0,667) = 0,333$, или $1/3$, что соответствует заданным условиям.

Снижение собственного риска в результате формирования портфеля из множества различных активов известно как эффект диверсификации. Если предположить, что портфель состоит из нескольких активов, взятых в равных долях, имеющих одинаковые положительные корреляции и дисперсии. Это свидетельствует о том,

что для портфеля из положительно коррелированных активов существует некоторый предел диверсификации, и в данном случае полностью устранить риски невозможно.

Список литературы:

1. Дыбаль С.В. Финансовый анализ: теория и практика: учебное пособие. — СПб.: Бизнес-пресса, 2009. — 336 с.
2. Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятий : учебное пособие / С.В. Галицкая. — М.: Эксмо, 2008. — 652 с.

СЕКЦИЯ 9.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ТУРИСТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Жиленко Вилена Юрьевна

канд. биол. наук, ассистент, НИУ «БелГУ», г. Белгород

E-mail: Vilena33@mail.ru

Лаптева Елена Александровна

магистрант, НИУ «БелГУ», г. Белгород

E-mail: Vilena33@mail.ru

На сегодняшний день турпродукт и его сбыт являются главными звеньями в деятельности любого туристского предприятия. К чему же стремится практически каждая турфирма? Одной из важнейших задач турфирмы является увеличение прибыли. Главным образом, получение и увеличение желаемой прибыли подразумевает под собой, прежде всего, наличие и увеличение числа постоянных клиентов. Клиентов фирмы можно привлечь и удержать, если они заинтересованы в получении качественной услуги. Продажа и продвижение предоставляемой туруслуги будут эффективными только в том случае, если вначале будут определены цели и потребности клиента, а потом будет создан и предложен доступный по цене турпродукт или услуга. Основной целью туристических фирм - является развитие продукта и услуг в соответствии с желаемыми требованиями покупателя, а также они зависят от более интенсивных продаж, качеств туристского обслуживания. Именно поэтому тема качества предоставляемых услуг является наиболее актуальной [1, с. 56; 2, с. 78; 3, с. 69; 4, с. 89; 5, с. 93].

В современных условиях существующих рыночных отношений, сбыт турпродукта играет важную роль в успешной деятельности любого туристского предприятия. Возрастающая в этой связи конкуренция вынуждает практически все предприятия идти на большие уступки потребителям и посредникам в сбыте своего турпродукта. Такие законы РФ как: «О защите прав потребителей», «О стандартизации»,

«О сертификации продукции и услуг», ранее создавали необходимую правовую базу для управления качеством турпродуктов.

В условиях современного турбизнеса конкурентоспособность любой фирмы, вне зависимости от размера, в основном зависит в первую очередь от качества её турпродукта и в соизмеримости его цены с предлагаемым качеством.

После принятия в конце декабря 2002 г. закона «О техническом регулировании», в конце июня 2003 г. были отменены такие законы РФ, как «О защите прав потребителей», «О стандартизации», «О сертификации продукции и услуг». Принятию закона «О техническом регулировании», поспособствовала подготовка России к вступлению во Всемирную Торговую Организацию. Данный закон осуществляет контроль отношений, которые возникают при введении, как обязательных требований, так и добровольных правил и характеристик в отношении всей продукции, всех процессов производства, хранения, перевозки, выполнения всех работ или оказания услуг, а также при оценке соответствия. В законе «О техническом регулировании» были установлены новые определения, такие как: «технический регламент», как документ, который был принят международным договором РФ и ратифицированным в порядке, установленный законодательством РФ и/или федеральным законом, или указом Президента РФ, и/или постановления Правительства РФ и устанавливает все обязательные для применения и исполнения требований ко всем объектам техрегулирования (продукции, зданиям, процессам производства, хранения, перевозки, реализации, утилизации)». «Стандарт», определяется в данном законе, как документ, предназначенный именно для добровольного, а необязательного как ранее использования. Данным введенным законом предусмотрены такие виды документов по качеству как: международный или национальный стандарт и стандарт организации [6]. Также наиболее важным является определение такого понятия, как «оценка соответствия», как прямое или косвенное определение соблюдения всех требований, предъявляемых к самому объекту. Из данного закона следует, что оценка на соответствие может проводиться в самых разных формах, в том числе может включать: госконтроль, аккредитацию, испытания, регистрацию, подтверждения соответствия и др., однако, сам этот перечень испытаний не является ограниченным. Таким образом, подтверждение соответствия, например, как сертификация, является одним из существующих способов оценки соответствия. Однако в самих документах Всемирной Торговой Организации данные испытания проверки соответствия содержит еще такие испытания, как: инспектирование, апробацию, верификацию,

утверждение, обеспечение соответствия, а также комбинацию данных подходов. В законе «О техническом регулировании», также наиболее широко написаны положения по новым нормативным документам по качеству — техрегламентам. В новом законе, они принимаются только для защиты жизни и здоровья граждан, имущества физических и/или юридических лиц, государственного или муниципального имущества, охраны окружающей среды, жизни и здоровья животных и растений, а также предупреждения действий, вводящих в заблуждение потребителей. Не допускается принятие техрегламентов в других целях. Предпочтительно, в разработке техрегламентов могут быть использованы в основном, международные или национальные стандарты. Утверждение тех самых минимальных требований, которые обеспечивают различные виды безопасности продукции и процессов (химическую, биологическую, ядерную и т.п.) является основной целью принятия техрегламентов. Данные обязательные требования, которые содержащиеся в техрегламентах, являются ограниченными, имеют свое прямое действие только на территории РФ и могут быть изменены только путем внесения изменений и дополнений в соответствующий технический регламент. Использование общих и специальных техрегламентов также предусмотрено в данном законе. Требования общего техрегламента обязательны для любых видов любой продукции, процессов и услуг. В специальных техрегламентах учитываются технологические и другие особенности видов продукции, процессов и услуг [6]. Сам механизм разработки техрегламентов становится более свободным по сравнению с существующим ранее. В соответствии с законом, любое лицо может стать разработчиком любого проекта технического регламента. Предусмотрено также обсуждение разрабатываемых норм в обязательном порядке. Вначале требуется публикация о разработке проекта техрегламента. При доработке данного проекта техрегламента необходимо проводить его публичное обсуждение, учитывать все замечания заинтересованных лиц. В отношении разработки стандартов существует схожие порядки утверждения. Сама экспертиза проектов техрегламентов осуществляется в основном специальными экспертными комиссиями, в состав которых включаются представители федеральных органов исполнительной власти, научных организаций, общественных объединений предпринимателей и потребителей. Стандартизация в соответствии с данным законом осуществляется на основе добровольного применения стандартов, максимального учета при включении интересов заинтересованных лиц, по применению международных документов как основы разработки национальных стандартов, обеспечения условий для единообразного применения стандартов.

Из основных форм подтверждения соответствия данным законом предусмотрены: добровольная (в форме добровольной сертификации) и обязательная (декларирование соответствия или обязательная сертификация). Обязательное подтверждение соответствия теперь проводится только в случаях, установленных соответствующим техрегламентом и исключительно на соответствие требованиям технического регламента [6]. При обязательном подтверждении соответствия формы и схемы могут устанавливаться только самим существующим техрегламентом, а не назначаться чиновниками. С законом несовместима практика применения различных требований и правил в части подтверждения соответствия к поставщикам одинаковой продукции, для всех одинаковые требования и правила. Законом не допускается принуждение предприятий к добровольному подтверждению соответствия. Таким образом, принятие закона «О техническом регулировании» связано с вступлением России во Всемирную Торговую Организацию. Так как сертификация туристских услуг является добровольной, то для повышения конкурентоспособности предоставляемых услуг туристским организациям необходимо проводить добровольную сертификацию. Добровольная сертификация туристских услуг — это в первую очередь проверка их качества. Добровольный сертификат позволяет гарантировать покупателю высокие потребительские свойства туристской услуги. Наличие сертификата соответствия подтверждает качество и безопасность, оказываемых туристских услуг и соблюдение действующего законодательства не только для потребителей, но и для контролирующих органов, гарантируя минимальное количество замечаний [4, с. 57].

Список литературы:

1. Басовский Л.Е. Управление качеством: Учебник./ Л.Е. Басовский, В.Б. Протасьев.— М.: ИНФРА — М, 2001. —212 с.
2. Виханский О.С. Менеджмент: век XX — век XXI./ О.С. Виханский, А.И. Наумов.— М.: Экономист, 2004. — 318 с.
3. Туризм: нормативно-правовые акты: Сб. актов / Сост. Н.И. Волошин. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 432 с.
4. Гличев А.В. Основы управления качеством продукции / А.В. Гличев. — М.: РИА "Стандарты и качество", 2001. — 424 с.
5. Долматов Г.М. Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы. «Феникс», Ростов-на-Дону, 2001. С. 317. Туристский терминологический словарь / авт.-сост. И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. — М.: Советский спорт, 1999.— 899 с.
6. Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» [электронный ресурс] — Режим доступа: <http://files.stroyinf.ru/Data1/10/10844/>

СЕКЦИЯ 10.

ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ УСЛУГ

Латышева Ольга Борисовна
аспирант ПВГУС, г. Тольятти
E-mail: latyshevaolg@yandex.ru

Общество состоит из множества организаций, с ними связаны все аспекты и проявления человеческой жизни, — экономика, оборона, наука, образование, культура.

Организация не существует без общества и общество не может существовать без организаций, которые оно ради своего существования и создает. Организация является объектом и субъектом общества. Организация как объект представляет собой комплекс взаимосвязанных элементов и особое единство с внешним окружением.

Понятие «организация» можно трактовать как:

- устройство чего либо, соединение в стройное целое.
- процесс, ведущий к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого;
- функция управления, суть которой заключается в осуществлении структурированности, внутренней упорядоченности, согласованности взаимодействия относительно автономных частей в системном объекте.
- социальное образование с определенными границами, которое функционирует для достижения общих целей.

Рассматривая организацию как социальное образование необходимо соблюдение нескольких требований:

- наличие не менее двух человек, которые считают себя частью этой группы;
- существование общей цели;
- согласие членов группы работать вместе для достижения цели.

Существуют формальные и неформальные, простые и сложные организации.

Формальная организация представляет собой предварительно спланированную структуру полномочий и функций, установленную на основе взаимодействия между компонентами организации. Она характеризуется определенной степенью стандартизации трудовых функций (стандарты, регламенты, правила, нормативы).

Неформальные организации возникают в результате межличностных отношений спонтанно, при достаточно регулярном взаимодействии людей друг с другом.

Простые организации имеют одну цель, сложные организации имеют не менее двух целей. Практически все организации являются сложными.

Организации построены на основе иерархического принципа. Это означает:

- линейную подчиненность низших звеньев системы высшим звеньям;
- личную зависимость одного человека от другого;
- иерархия функционирует как власть (члены организации подчиняются правилам организации).

Каждая организация должна руководствоваться в процессе своей деятельности следующими принципами:

- определение целей;
- определение методов деятельности, способствующих достижению целей;
- поручение различных задач индивидуумам и объединение их в рабочие группы, которые управляемы;
- координация различных видов деятельности, порученных каждой группе;
- обеспечение единства целей;
- установление эффективного контроля.

Файолем были сформулированы следующие принципы управления организацией:

1. Разделение труда, целью которого является повышение количества и качества производства при затрате тех же усилий. Разделение труда непосредственно связано со специализацией.

2. Полномочия и ответственность — право распоряжаться ресурсами организации и направлять усилия сотрудников на выполнение порученных заданий, а также обязательство выполнять задания и обеспечивать их удовлетворительное завершение.

3. Дисциплина — необходимость соблюдения правил, установленных внутри организации. В случае нарушения дисциплины к работникам могут применяться санкции.

4. Единоначалие — каждый работник отчитывается только перед одним руководителем и только от него получает распоряжения.

5. Единство направления — одна группа и один руководитель для совокупности операций, преследуют одну и ту же цель.

6. Подчинённость личных интересов общим - интересы работника или группы работников не должны ставиться выше интересов организации.

7. Вознаграждение — наличие справедливых методов стимулирования работников.

8. Централизация. На предприятии должно быть достигнуто определенное соответствие между централизацией и децентрализацией, которое зависит от его размеров и конкретных условий деятельности. Проблема централизации и децентрализации разрешается нахождением меры, дающей наилучшую общую производительность.

9. Скалярная цепь (иерархия) — организационная иерархия, которая не должна нарушаться, но которую, по мере возможности, необходимо сократить во избежание вреда.

10. Порядок — рабочее место для каждого работника, а также каждый работник на своем рабочем месте.

11. Справедливость — уважение и справедливость администрации к подчинённым, сочетание доброты и правосудия. Работник, чувствующий справедливое отношение к себе старается трудиться с полной отдачей.

12. Стабильность персонала — текучесть кадров ослабляет организацию и является следствием плохого менеджмента.

13. Инициатива — предоставление возможности проявления личной инициативы работникам.

14. Корпоративный дух — сплочённость работников, единство силы. Руководители должны поощрять коллективизм во всех его формах и проявлениях.

Проблемами организации занимались различные научные школы.

Научная школа — коллектив ученых или исследователей, выполняющий в долгосрочном периоде под руководством лидера определенную научно-исследовательскую программу, решающую четко сформулированную научную задачу или комплекс задач. Несколько научных школ могут решать одинаковые научные задачи, но различаться в подходах к их решению (методах, программах), научных принципах и, соответственно, в достигнутых результатах.

Рассматривая организацию как функцию управления, следует отметить, что исследованием проблем в организации занимались такие научные школы:

- Школа научного управления;
- Классическая школа;
- Школа человеческих отношений и школа поведенческих наук;
- Школа науки управления.

Изучая организацию как социально-экономическое образование можно выделить следующие теории организации:

- классическая теория организации;
- неоклассическая теория организации;
- институциональная теория организации;
- теория человеческих отношений;
- теория организационного потенциала.

Исходя из вышесказанного, выделим научные школы, которые внесли большой вклад в развитие теории организации (таблица 1).

Необходимо подчеркнуть, что все научные школы во взглядах на некоторые вопросы теории и практики пересекаются. В каждой организации можно найти элементы подходов всех научных школ.

Организацию предоставления услуг исследовали такие ученые, как О.И. Волкова, Л.Я. Катель, Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова, Ф.С. Гарифуллина, Р.А. Фатхутдинов.

Под организацией производства услуг Ф.С. Гарифуллина подразумевает создание условий, обеспечивающих бесперебойное протекание производственного процесса при наилучшем использовании предметов труда и самого труда.

О.И. Волкова рассматривает организацию предоставления услуг как целенаправленную деятельность по расстановке и координации финансовых, материальных и трудовых ресурсов предприятия во времени и пространстве с целью достижения поставленных целей.

Л.И. Ерохина и Е.В. Башмачникова считают, что процесс организации производства услуги представляет внутренний элемент системы управления, а процесс обслуживания населения становится элементом взаимодействия с внешней средой и определяет во многом эффективность работы предприятия.

Таблица 1

Теория организации в научных школах					
Научная школа	Представители научной школы	Подход к организации	Понятие организации	Вклад научной школы в развитие теории организации	Недостатки научной школы в вопросах организации
1	2	3	4	5	6
Школа научного управления	Ф. Тейлор, Г. Гантт, Ф. Гилбрет	Процессный	Процесс, целью которого является направление и использование усилий определенного количества людей для достижения определенной цели.	Введение хронометража. Отбор и обучение работников лучше всего подходящих для выполнения задач. Использование материального стимулирования для повышения производительности труда. Введение дифференцированной сдельной оплаты труда. Отделение управленческой деятельности от производственной.	Не учитываются социальные и психологические факторы.
Классическая школа	Г. Форд, А. Файоль, М. Вебер	Структурно-функциональный (организация — закрытая система)	Организация — обеспечение предприятия материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами, необходимыми для осуществления производственного процесса. Организация — одна из функций управления.	Организация рассматривается как закрытая система, состоящая из двух взаимосвязанных подсистем: производства и управления. Техничко-технологической основой производства является базовая подсистема, определяющая все аспекты строения и деятельности организации. Максимум разделения труда, специализация. В основу организации положена бюрократическая модель управления, то есть только после разработки организационной структуры необходимо производить	Отсутствует связь с внешней средой, следовательно, не учитываются изменения окружающей среды. Освоение новых видов работ на основе личного опыта, а не с применением научных методов.

				поиск подходящих людей. Постановка вопроса о критериях эффективности организации.	
Неоклассическая школа	А. Маршалл, Л. Вальрас, В. Парето, П. Друкер, Б. Люссато	Технологический, системный (организация — как открытая система)	Целостная хозяйственная единица, носитель основной производственной функции-привлечение исходных ресурсов и преобразования их в продукцию с наименьшими издержками реализующуюся на рынке.	Организация рассматривается как открытая система, обменивающаяся с внешней средой информацией и системным продуктом. Организация исследуется на базе технологического подхода, то есть как способ рационального распределения ресурсов. Прибыль выступает как форма выражения эффективности работы организации.	Не рассматриваются вопросы адаптации к внешней среде и ее изменениям. Не учитывается ограниченность ресурсов
Институционализм	Т. Веблен, У. Митчелл Дж. Коммонс Дж. Гэлбрейт	Структурный, системный	Взаимоотношения, возникающие между собственниками ресурсов и центральным агентом, закрепленные долгосрочными двухсторонними контрактами в которых координация деятельности обеспечивается посредством команд.	Основной целью организации становится оптимизация транзакционных издержек путем создания и расширения внутрифирменной иерархии в условиях ограниченной рациональности. Многообразие форм предприятий, анализ пределов их роста с позиции эффективности.	Игнорирована роль человеческой личности в функционировании организации.

Школа человеческих отношений и поведенческих наук	Э. Мэйо, Ф. Ротлисбергер, У. Диксон, Д. МакГрегор, Р. Лицерт, А. Маслоу	Структурный, ситуационный поведенческий	Социальный организм, внутри которого осуществляется организационное поведение.	Применение приемов организации к межличностным отношениям для повышения производительности труда и степени удовлетворенности работников. Неформальные организации развиваются вследствие определенных потребностей и оказывают существенное влияние на поведение всей организации в целом. Необходим учет неформальных аспектов управления. Неэкономические поощрения являются не менее важными, чем экономические. Повышение эффективности организации за счет повышения эффективности ее человеческих ресурсов.	Не исследуются факторы влияния окружающей среды, материальные и технологические ресурсы.
Школа науки управления	Р. Акофф, С. Бир, Д. Форрестер	Системный, количественный	Организация представляет собой систему, состоящую из частей, каждая из которых обладает своими собственными целями.	Построение экономико-математических моделей. Замена описательного анализа количественными значениями. Создание и использование информационных систем управления, широкое применение вычислительной техники.	Не исследуются факторы влияния межличностных отношений.

Л.Я. Катель организацию процесса оказания услуги определяет как систему мер, обеспечивающих наиболее полное и рациональное соответствие друг другу процессов обслуживания и производства услуги.

Исходя из вышесказанного, мы определяем организацию предоставления социально значимых услуг как деятельность по расстановке и координации финансовых, трудовых и материальных ресурсов организаций, оказывающих социально значимые услуги с целью повышения жизненного уровня индивида и общества в целом.

Список литературы:

1. Денисов Д.В. Эволюция подходов к определению организации и ее системы управления.// Вестник Томского государственного университета. 2007. № 299. С. 122 — 126. [электронный ресурс] — Режим доступа. <http://elibrary.ru/item.asp?id=12224520>
2. Ерохина Л.И. Башмачникова Е.В. Основы организации обслуживания населения на предприятиях сферы сервиса. : Учебное пособие. Тольятти: Изд-во ПТИС МГУС, 2001 — 144 с.

СЕКЦИЯ 11.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

СОСТОЯНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В НЕФТЕГАЗОВОМ КОМПЛЕКСЕ

Акоева Ирина Владимировна

ассистент, СКГМИ (ГТУ), г. Владикавказ

E-mail: irinkaakoeva@mail.ru

Усложнение условий добычи углеводородного сырья требует совершенствования государственной политики в нефтяной отрасли. Освоение новых провинций, разработка трудноизвлекаемых запасов определяют необходимость развития системы государственного регулирования в вопросах лицензирования, недропользования, налогообложения и технического регулирования [5, с. 115].

В настоящее время наметилось ряд как позитивных, так и негативных тенденций развития нефтяного комплекса. Среди позитивных тенденций необходимо отметить создание предпосылок для стабилизации и роста добычи нефти в России, которые связаны с вводом в разработку ряда новых крупных месторождений в разных регионах страны. В настоящее время происходит формирование новых центров нефтяной промышленности в Восточной Сибири, Республике Саха (Якутия), на шельфе острова Сахалин.

Статус и проблемы нефтегазовой промышленности также остаются в центре внимания иностранных печатных и электронных изданий, которые придерживаются мнения, что возрастающее вмешательство государства в данной отрасли оказывает негативное влияние на инвестиционные процессы в отрасли.

В действительности в российской нефтегазовой отрасли нет государственных компаний в чисто классическом понимании. Например, государство владеет 50,02 % в уставном капитале Газпрома, являющейся лидером в нефтегазовой отрасли России и четвертой в мире по рыночной капитализации в размере 354,6 млрд. долл., в то время как владельцами оставшейся части является широкий спектр стратегических, институциональных и индивидуальных инвесторов,

в числе которых и иностранные инвесторы с долей 7,448 %. Если обратиться к структуре владельцев акций Газпромнефть, то здесь сходная картина. Сам Газпром владеет 75 % акций компании, в то время как 20 % владеет консорциум итальянских корпораций ENI и Enel. Единственная компания, которую можно назвать государственной — это Роснефть, государство владеет 75,16 % акционерного капитала через Роснефтегаз. Остальная часть приходится на определенный круг стратегических, институциональных и индивидуальных российских и иностранных инвесторов. До недавнего времени американская финансовая корпорация Ситигрупп владела 110 млн. акций или около 1 % акций, принесших им доход порядка 98 млрд. долл. Совет директоров Роснефти включает Ганса-Джорга Рудольфа, главу британского Barclays Capital и гражданина США Питера О'Брайана, вице президента Barclays Capital. Аналогичная ситуация складывается в Транснефти, где на долю государственных акций приходится 75 %, а оставшаяся часть принадлежит частным инвесторам.

Все вышесказанное достаточно ясно показывает, что хотя российское государство и владеет некоторой долей акций Газпромнефти, Роснефти, Транснефти и многих других компаний это ни в какой степени не вредит менеджменту и рыночным принципам нефтяного бизнеса, покупателей и держателей акций.

Существующие в настоящее время уровни добычи углеводородов не являются оптимальными для России, и в последующие годы намечается их подъем. Нарастание объемов добычи энергоресурсов, вне всякого сомнения, будет сопровождаться освоением новых месторождений, расположенных в труднодоступных районах, с суровыми природно-климатическими условиями, а также на шельфе арктических морей. Освоение таких месторождений потребует новых значительных капитальных вложений, о чем свидетельствуют таб. 1, приведенная ниже.

Таблица 1.

Капитальные вложения в добычу нефти в РФ 2004-2010 гг.

Годы	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Млн.руб.	167030	167151	222179	309832	482597	717000	709568
Млн. долл. США	5442,6	5802,5	7867,5	11065	18985	22589	23356

Инвестировать в нефтяной комплекс России, по-прежнему, выгодно, так как впоследствии эти вложения пойдут не только на развитие природно-ресурсного потенциала, но и на новые технологии, нового человека, его развитие, т. е. на организационно-технологический и социально-человеческий капитал. По разным

оценкам специалистов, для требуемой сбалансированности запасов нефти и обеспечения стабильной работы отрасли с годовой добычей 400 млн. тонн в год, требуется инвестировать в нефтяной комплекс не менее 40 млрд. долларов ежегодно. В действительности как мы видим по данным таб. 1 складывается иная ситуация. Так, в 2010 г. расходы компаний на разведку и добычу нефти и газа в мире составили около 440 млрд. долларов, т. е. примерно 62 доллара на тонну нефтяного эквивалента. У ведущих нефтяных компаний мира этот показатель выше. В целом по РФ за 2004 — 2010 гг. — около 28 долл/т.

Даже в кризисном 2011 году инвестиции «Шелл» составили 28 млрд. долл., Шеврона — 21,6 млрд. долл. Эксон-мобил в 2009 г. — 27,1 млрд. долл. Российские компании имеют показатели на порядок меньше и все вместе — ниже, чем один Эксон или Шелл.

Нефтяная промышленность является исключительно капиталоемкой отраслью, требующей огромных инвестиций. Например, в 2005-2010 гг. в развитие российской нефтепереработки было вложено около 25 млрд. долларов, что более чем в три раза превышает объем инвестиций в 2000-2004 гг (7 млрд. долларов). Между моментом вложения средств и получением отдачи проходят многие годы, что ставит перед компаниями весьма сложные проблемы финансового управления: привлечение инвестиционных ресурсов из различных источников, адекватная оценка ожидаемой отдачи от рискованных и долговременных вложений, оптимальное их распределение по различным направлениям деятельности (разведка, добыча, транспорт, переработка, маркетинг и сбыт), поиск партнеров, способных разделить риски и вознаграждение и ряд других задач.

Существует множество факторов как рыночного, так и нерыночного характера, факторов хорошо прогнозируемых и тех, которые носят случайный характер, однако в наибольшей степени состояние и перспективы развития «нефтегазовой отрасли во многом зависят от проводимой государством политики» [3, с. 7].

Примерами положительных воздействий могут быть различного рода налоговые льготы и субсидии. Было выявлено, что в Норвегии существует «девять форм государственных субсидий нефтегазового комплекса, шесть из них удалось оценить (4 млрд. долларов) в год» [1, с. 20]. Самыми крупными статьями субсидий признаны, возврат компаниям средств, израсходованных на поиск полезных ископаемых и прямое бюджетное финансирование разработки месторождений. При этом также выявлено, что отказ от данных субсидий «сократил бы доходы государства на 3 — 13 %, а занятость населения уменьшилась бы на 0,2 — 0,7 %» [1, с. 20]. В целом 2011 г.

сложился для российских компаний успешно, по предварительным оценкам добыча нефти может достигнуть рекордной величины — 509 млн. т [2, с. 19]. Однако, для того чтобы поддерживать положительную динамику добычи необходимо наращивать объем геологоразведочных работ, о чем свидетельствует положительная «динамика сокращения темпов падения добычи с 1,7 % в 2010 г. до 1,3 % в 2011 г». По прогнозам некоторых экономистов при сохранении данной тенденции [4, с. 21] снижение добычи не должно в 2012 г. превысить 1,3 %.

Для устойчивого развития нефтегазовой отрасли и для сохранения инвестиционной привлекательности данного сектора необходим единый вектор развития для всех сопутствующих секторов: государственного, инвестиционного, транспортного, экологического и т. д.

Список литературы:

1. Андрианов В. Игра в «поддавки» на нефть//Нефть России.2012. № 4
2. Громов А., Куричев Н. «Витязь на распутье»//Нефть России.2012. № 1
3. Коржубаев А. Формирую новую реальность// Нефть России. 2012. № 1
4. Осипов М. Есть 10 миллиардов//Нефть России. 2012.№ 3
5. Швец С.М. Формирование инвестиционной политики рационального освоения недр: Монография; под ред. академика РАН А.Н. Татаркина. — М. Юнити-Дана 2008 г. — 527 с.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НОВОГО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ СО СЛОЖНЫМИ ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКИМИ УСЛОВИЯМИ

Дербас Наталья Валерьевна

канд. экон. наук, доцент ДВГУПС, г. Хабаровск

E-mail: derbas@mail.ru

Немчанинова Мария Александровна

канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой «Финансы и кредит»

ДВГУПС, г. Хабаровск

E-mail: derbas@mail.ru

Обобщенные оценки природно-ресурсного потенциала (разведанные, исследованные и измеренные запасы природных ресурсов) РФ распределяются в настоящее время следующим образом [1]: в европейских регионах РФ и на Урале сосредоточено 25 % этого потенциала, в регионах Сибири — около 40 %, а в Дальневосточном регионе — около 35 %.

Практически экономика каждого региона РФ тесно связана с использованием природных ресурсов, однако, для Дальнего Востока это наиболее характерная тенденция. Так, по данным Росстата, в 2009 г. доля добычи полезных ископаемых в валовом региональном продукте Дальневосточного федерального округа (ДФО) составляла 21,8 %, тогда как в целом по РФ всего — 9,7 %. Таким образом, Дальний Восток РФ можно квалифицировать как регион ресурсного типа.

Несмотря на высокий удельный вес добычи полезных ископаемых в валовом региональном продукте значительная часть разведанных природных ресурсов Дальнего Востока РФ не может быть использована из-за практической невозможности осуществления эффективных хозяйственных операций: их транспортировки, снабжения энергией, переработки и реализации. Вопросы транспортировки минерального сырья стоят особенно остро, учитывая, что обеспечить организацию материальных потоков большого объема способен в данных условиях только железнодорожный транспорт. Необходимо учитывать, что густота железных путей общего пользования составляет на Дальнем Востоке РФ 13 километров путей на 10000 квадратных километров территории, тогда как в среднем

по РФ — 50 километров. В результате транспортная недоступность минерального сырья тормозит развитие Дальнего Востока РФ.

Очевидным способом преодоления транспортной недоступности является новое железнодорожное строительство, однако в РФ и, на Дальнем Востоке РФ в частности, оно имеет свои особенности. Речь идет о сложных природных условиях железнодорожного строительства, и, как следствие, потребности в значительных инвестиционных ресурсах, что, в свою очередь, ведет к серьезному увеличению сроков окупаемости и снижению эффективности инвестиций в железнодорожное строительство.

Анализ факторов, снижающих эффективность инвестиций в железнодорожное строительство именно на Дальнем Востоке РФ (финансово-экономических, социальных, правовых, информационно-технологических, геополитических, отраслевых) позволил выявить еще один такой фактор — *природный*. В результате отбора, к природным факторам на северо-востоке РФ, негативно влияющим на эффективность инвестиций, были отнесены: широкий диапазон изменения температур; большое количество летних осадков; плохие грунтовые условия; чрезвычайно разветвленная гидрографическая сеть, высокая залесенность местности. На Дальнем Востоке РФ, дополнительно к вышеуказанным, добавляются факторы, которые проявляют себя в сочетании только в этом регионе, это муссонный климат и вечная мерзлота. Уточненная классификация. В результате проведения качественного анализа стратегий государственного участия в инвестировании железнодорожного строительства региона ресурсного типа удалось установить, что с ухудшением природных условий сооружения железнодорожных магистралей степень государственного участия в инвестировании их строительства должна возрастать.

Ранжирование территорий для определения сложности природных условий проводилось в соответствии с теорией Ж.Э. Реклю об «эффективной площади», суть которой сводится к тому, что «эффективной площадью» является территория, которая находится ниже 2000 м. над уровнем моря, со среднегодовой температурой не ниже минус 2⁰ С. Таким образом, к благоприятным природным условиям относили регионы железнодорожного строительства соответствующие в полной мере теории об «эффективной площади», к менее благоприятным — регионы соответствующие пороговым значениям, т.е. находящиеся на 2000 м. над уровнем моря или со среднегодовой температурой около минус 2⁰С. Районы железнодорожного строительства не соответствующие указанным значениям считались

неблагоприятными, а имеющие в своем составе дополнительные природные факторы — особо неблагоприятными (см. табл. 1).

Таким образом, удалось установить, что решение транспортных проблем регионов ресурсного типа, в частности новое железнодорожное строительство, невозможно без государственного вмешательства. Наиболее объективный подход к выбору проекта нового железнодорожного строительства состоит в оценке максимально возможного числа факторов, влияющих на экономическую эффективность, в том числе обязательный учет влияния природных факторов. Роль государства в минимизации отрицательного влияния факторов природной среды на эффективность инвестиций в железнодорожное строительство является первостепенной.

К особенностям железнодорожного строительства, сохранившимся в РФ еще со времен административно-командной экономики, следует отнести механизм инвестирования. Традиционно инвестиции в строительство железных дорог в СССР всегда осуществлялись исключительно из государственного бюджета, а построенные железные дороги находились в государственной собственности. Образование ОАО «РЖД» принципиально не повлияло на сложившуюся практику, поскольку учредителем и единственным акционером компании является РФ.

Таблица 1.

Иерархия моделей государственного участия в инвестициях при железнодорожном строительстве с учетом природных условий

Вариант модели	Характеристика природных условий	Степень государственного участия в инвестициях
Западноевропейская (Американская)	Благоприятные	Минимальная, абсолютное большинство железных дорог построено на средства частного капитала
Скандинавская	Менее благоприятные	Бюджетное финансирование крупных проектов общенационального значения
Канадская (Аляскинская)	Неблагоприятные	Бюджетное финансирование крупных и малых железнодорожных проектов, государственные программы по железнодорожному строительству в районах с неблагоприятными природными условиями, использование государственных гарантий для инвесторов
Российская (Дальневосточная)	Особо неблагоприятные	В связи с отсутствием государственной поддержки новое железнодорожное строительство в регионе практически не ведется

К тому же влияние мирового финансового кризиса на деятельность ОАО «РЖД» оказалось достаточно серьезным. Так, в 2008 г. компания получила убыток, а в 2009 г. прибыль была получена, но рентабельность продаж составила всего 1,4 %. В таких условиях объемные инвестиции в расширение железнодорожной сети за счет собственных средств ОАО «РЖД» невозможны. Тем не менее, ОАО «РЖД» планирует развитие железнодорожной сети. В соответствии со Стратегией развития железнодорожного транспорта РФ до 2030 г. [2] предусмотрены следующие варианты расширения сети железных дорог (табл. 2).

Таблица 2.
Расширение сети железных дорог РФ до 2030 г.

Виды новых железнодорожных линий	Ориентировочная протяженность, км	
	Минимальный вариант	Максимальный вариант
Стратегические	2246	4112
Социально значимые	1262	1262
Грузообразующие	4573	4660
Технологические	7277	9168
Высокоскоростные	659	1528
Всего	16017	20730

Строительство новых и реконструкция действующих железнодорожных линий распределены по этапам исходя из приоритетности введения в эксплуатацию указанных линий.

Высшими приоритетами обладают реконструкция действующих и строительство технологических линий, обеспечивающих растущие потребности экономики в перевозках и не допускающих инфраструктурные ограничения экономического развития РФ и регионов.

Приоритет в очередности строительства грузообразующих линий определяется сроками промышленного освоения новых месторождений полезных ископаемых и развития промышленных зон.

Приоритетность строительства социально значимых и высокоскоростных линий определяется необходимостью выравнивания уровня развития регионов страны, дифференцированной динамикой транспортной подвижности населения в различных регионах страны и интенсивностью межрегиональных транспортных связей.

Приоритеты строительства стратегических линий определяются государством исходя из геополитических и геоэкономических интересов страны.

В качестве мер по минимизации отрицательного влияния факторов природной среды на эффективность инвестиций в железнодорожное строительство в регионах ресурсного типа следует выделить развитие

механизмов государственно-частного партнерства. К примерам таких механизмов можно отнести [3]:

1. Совместное финансирование инвестиционных проектов ОАО «РЖД» и Инвестиционным фондом РФ. Это относится к строительству подходов к месторождениям минерального сырья, к морским портам, расшивке «узких мест» инфраструктуры железнодорожного транспорта. Как пример можно выделить проект «Реконструкция участка Оунэ-Высокогорная со строительством нового Кузнецовского тоннеля на участке Комсомольск-на-Амуре — Советская Гавань», государственная поддержка которого в 2009-2012 годах составит 17,6 млрд. рублей. Однако, в данном случае речь идет не о новом железнодорожном строительстве, а о реконструкции существующего участка.

2. Привлечение средств федеральных целевых программ. Например, в программу «Экономическое и социальное развитие Дальнего Востока и Забайкалья на период до 2013 года» включены средства на строительство железнодорожной инфраструктуры в районе разреза Хмыловский Дальневосточной железной дороги, необходимой для организации транспортировки нефти.

3. Софинансирование строительства железнодорожных объектов субъектами федерации и местными органами власти. Всего в 2008 году на реализацию подобных совместных проектов ОАО «РЖД» привлечено 261,63 млн. рублей. Но здесь необходимо учитывать, что в данном случае речь чаще идет о небольших инвестиционных проектах, а не о новом железнодорожном строительстве. Обычно это реконструкция здания вокзала, развитие пригородной пассажирской компании и т. д. Тем не менее, уже есть примеры железнодорожного строительства с участием регионального бюджета, например линия Беркакит — Томмот — Якутск строится при финансовой поддержке республики Саха (Якутия).

4. Привлечение средств внешних инвесторов. Обычно речь идет о развитии станций примыкания, связанных с присоединением новых путей промышленных предприятий или с существенным увеличением объемов грузовой работы. В 2008 г. на эти цели ОАО «РЖД» привлекло от 1,013 млрд. рублей средств крупных промышленно-сырьевых компаний. Здесь необходимо учитывать, что если объемы железнодорожного строительства будут, по мнению стороннего инвестора, велики, он может вообще отказаться от реализации инвестиционного проекта.

Итак, финансовые проблемы железнодорожного строительства в регионах ресурсного типа сложны и многообразны. Здесь и отсутствие собственных финансовых ресурсов у ОАО «РЖД», недостаточная

финансовая поддержка государства и регионов, низкая заинтересованность во вложении капитала в железнодорожное строительство у внешних инвесторов. Также очевидно, что ни один из финансовых источников не сможет самостоятельно решить проблему нового железнодорожного строительства. Значит, необходимо развивать механизмы государственно-частного партнерства, искать новые формы сотрудничества, причем роль государства в организации этого процесса должна быть первостепенной.

Список литературы:

1. Бакланов П.Я., Ганзей С.С. Трансграничные территории: проблемы устойчивого природопользования. Владивосток: Дальнаука, 2008. 216 с.
2. О стратегии развития железнодорожного транспорта Российской Федерации до 2030 года. — Распоряжение Правительства Российской Федерации № 877 — р от 17.06.2008.
3. Материалы официального сайта ОАО «РЖД».[электронный ресурс] Режим доступа — URL: www.rzd.ru

МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА

Долгов Александр Сергеевич

*аспирант кафедры менеджмента организации, ФГАОУ ВПО
«Белгородский государственный национальный исследовательский
университет», г. Белгород
E-mail: prosten@mail.ru*

Одним из основных факторов развития экономики региона является производственная инфраструктура. Главное ее свойство — поддержание эффективной работы промышленности. В связи с этим необходимым условием ускоренной модернизации предприятий должно стать повышение производственного потенциала региона.

В экономической науке выделяют два основных подхода к определению категории производственного потенциала (рис. 1).

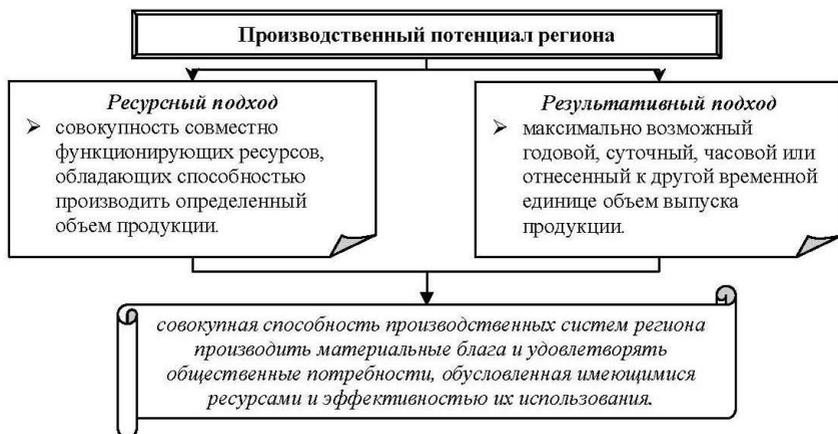


Рисунок 1. Подходы к понятию производственного потенциала региона

Сторонники первой позиции рассматривают производственный потенциал как сумму различных ресурсов без учета их взаимосвязей. Д.А. Черников пишет, что производственный потенциал характеризуется «совокупностью ресурсов без учета реальных взаимосвязей, складывающихся в процессе производства» [5, с. 89].

Критиковать ресурсную позицию можно за упрощенный подход к определению дефиниции «производственный потенциал», поскольку каждая производственная система — это не набор различных ресурсов, а их взаимодействие. И вследствие такого взаимодействия достигается определенный экономический эффект.

Сторонники второй позиции трактуют производственный потенциал как совокупность ресурсов, которых достаточно для того чтобы произвести материальные блага, т. е. они принимают во внимание взаимодействие ресурсов в системе производства. В.Н. Свободин считает, что производственный потенциал представляет собой «совокупность совместно функционирующих ресурсов, обладающих способностью производить определенный объем продукции» [3, с. 6]. С точки зрения данной позиции производственный потенциал рассматривается как совокупность производственных ресурсов обладающих определенными возможностями в системе производства материальных благ.

Осуществление ресурсного принципа предусматривает наличие не только максимального использования местных ресурсов (трудовых, водных, земельных, материально-сырьевых), но и одобрение

возможных иностранных инвесторов на строительство совместных предприятий, утвержденное договорными взаимоотношениями.

Кроме ресурсного подхода, рассмотренного выше, существует результативный подход к определению понятия производственного потенциала. Его сущность заключается в представлении производственного потенциала как формы конечного результата производственного процесса, т. е. в форме объема создания материальных благ и реализации продукции. Так, Э.П. Горбунов под производственным потенциалом понимает масштабы производства общественного продукта и национального дохода [1, с. 28].

Как отмечает М.Н. Тарасова, результативный подход может повлечь ошибочную оценку производственного потенциала. Известно, что в период экономического спада деловая активность падает, и масштабы производства также сокращаются в результате неполного использования имеющихся ресурсов [4]. Таким образом, определяя производственный потенциал какой-либо хозяйственной системы на фазе спада в экономическом цикле, можно получить результат ниже ее потенциальных возможностей.

На наш взгляд, *производственный потенциал — это совокупная способность производственных систем производить материальные блага и удовлетворять общественные потребности, обусловленная имеющимися ресурсами и эффективностью их использования.*

Опираясь на определение производственного потенциала, мы считаем, что потенциал производственной инфраструктуры региона (ПИР) — *это совокупная способность составляющих производственной инфраструктуры региона обеспечивать развитие промышленности, на основе имеющихся ресурсов и эффективности их использования.*

По нашему мнению, общий потенциал развития ПИР складывается из ряда частных потенциалов, которые можно объединить между собой в шесть укрупнённых блоков (рис. 2.):

- финансовый потенциал;
- информационный потенциал;
- энергетический потенциал;
- транспортный потенциал;
- потенциал коммунального хозяйства;
- потенциал сферы деловых услуг.

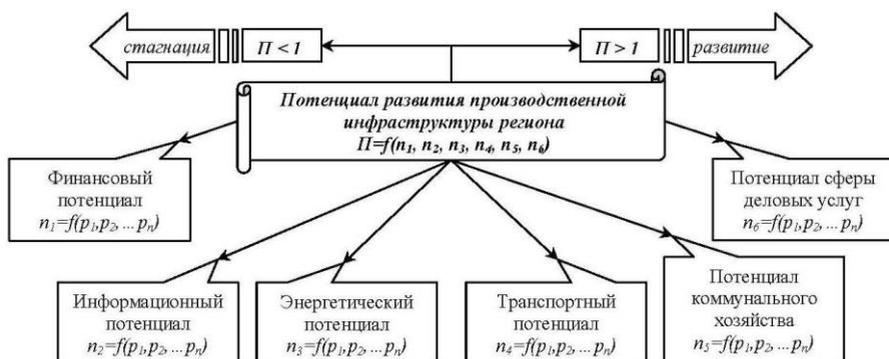


Рисунок 2. Структура потенциала развития производственной инфраструктуры региона

Учитывая ранее проведенные исследования А.М. Волковым, Н.М. Сабитовой, В.Н. Лаженцевым, Н.М. Меньковой и Д.А. Гайнановым в интерпретации понятия «финансовый потенциал». Дадим авторское определение указанной дефиниции, с учетом направления диссертационного исследования. **Финансовый потенциал** — это совокупные финансовые возможности региона, которые с помощью государственного административного воздействия преобразуются в финансовые ресурсы и служат для достижения цели развития производственной инфраструктуры региона.

В качестве составляющих блока **информационного потенциала** выступают потенциалы использования предприятиями корпоративных информационных систем, Интернет услуг и телефонии.

Энергетический потенциал оценивается через показатели электроэнергетики, газо-, нефтеснабжения.

В качестве показателей **транспортного потенциала** можно взять показатели протяженности и нагрузки автомобильных и железных дорог, трубопроводного транспорта, а также авиасообщения и морских путей как внутри, так и за пределами региона.

Потенциал коммунального хозяйства определяется через обеспеченность промышленности горячим и холодным водоснабжением, канализацией, сжатым воздухом и сезонным отоплением.

Под **потенциалом сферы деловых услуг** мы понимаем равновесие спроса и предложения между заказчиками и исполнителями специализированных производственных услуг.

Оценка производственного потенциала региона — это постоянно усложняющаяся проблема методологического плана, как правило, приспособляющаяся к требованиям текущего момента.

В системе оценки потенциала ПИР все большее значение приобретают методологические подходы. Под ними, на наш взгляд, понимается единое направление использования принципов и методов регулирования в ходе разработки прогнозов, и планов всех уровней. Что определяет необходимость применения в практике оценки потенциала развития ПИР системного подхода. Его сущность состоит в осуществлении общей теории систем. Согласно данной теории каждый регион в процессе его изучения рассматривается как сложная система и в то же время как элемент общей системы (федеративное государство).

Одной из важнейших составных частей методологии является методика регулирования и планирования развития ПИР. Это система приемов создания, аргументирования и исследования прогнозов, программ развития различных уровней производственной инфраструктуры и временных горизонтов, системы расчетов прогнозных и базовых показателей, их взаимосвязи. Методом регулирования и планирования ПИР, по нашему мнению, представляет собой определенный способ, с помощью которого можно решить проблемную задачу, рассчитать числовые значения прогнозных показателей и стратегических программ.

На наш взгляд, процесс оценки развития ПИР следует реализовывать в четыре этапа, представленных на рис. 3.

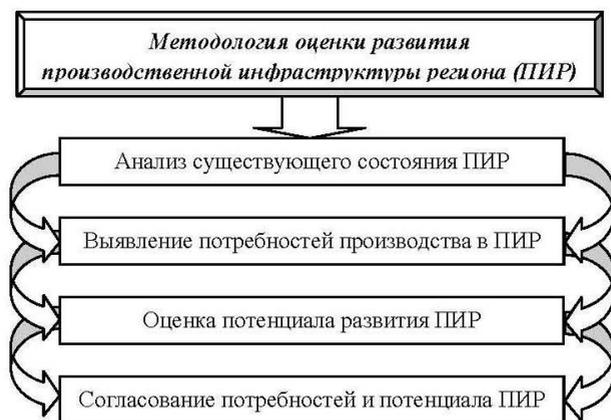


Рисунок 3. Оценка развития производственной инфраструктуры региона

Значение *анализа существующего состояния ПИР* определяется тем, что развитие региональной экономики текущего периода в значительной мере предопределено существующими производственными мощностями, трудовыми ресурсами и другими факторами воспроизводства, сложившимися в предшествующих периодах.

Выявление потребностей производства в ПИР — всестороннее изучение объема и структуры потребностей промышленности, ее отдельных подсистем в настоящем и будущем периодах.

Оценку потенциала развития ПИР, на наш взгляд, следует проводить по шести укрупненным блокам общего потенциала развития ПИР, которые представлены на рисунке 2.

Общий потенциал (Π) развития ПИР складывается из ряда частных потенциалов, которые объединены между собой в шесть укрупнённых блоков: p_1 — финансовый потенциал, p_2 — информационный потенциал, p_3 — энергетический потенциал, p_4 — транспортный потенциал, p_5 — потенциал коммунального хозяйства, p_6 — потенциал сферы деловых услуг.

Совокупный потенциал развития ПИР можно определить путём проведения анализа его составляющих — частных потенциалов. В общем виде уровень потенциала ПИР может быть выражен следующей функциональной зависимостью:

$\Pi = f(p_1, p_2, p_3, p_4, p_5, p_6)$, где Π — общий потенциал ПИР, p — укрупненные потенциалы (блоки), входящие в систему потенциалов.

В свою очередь, укрупнённые потенциалы (блока) могут быть выражены следующей функциональной зависимостью:

$p = f(p_1, p_2, \dots, p_n)$, где p — укрупненный потенциал (блок), p — отдельные потенциалы, n — число составляющих укрупнённого блока.

В процессе исследования совокупного потенциала развития ПИР, мы придерживаемся позиции А.Б. Грачева, предложившего подобную методику для оценки социально-экономического потенциала муниципальных образований.

Укрупненные и отдельные потенциалы рассчитываются в виде отношения среднего показателя исследуемого региона к среднему показателю регионов РФ. При этом, если показатель потенциала:

- $2 > P > 1$, в этом случае для определения укрупнённого потенциала (блока) в сводную таблицу вносим знак + ;
- $P > 2$, в этом случае для определения укрупнённого потенциала (блока) в сводную таблицу вносим знак ++ ;
- $0,5 < P < 1$, в этом случае для определения укрупнённого потенциала (блока) в сводную таблицу вносим знак - ;

- $R < 0,5$, в этом случае для определения укрупнённого потенциала (блока) в сводную таблицу вносим знак - - .

По А.Б. Грачеву, полученные значения потенциала по каждому виду относятся к «высокому», «среднему» и «низкому» уровням потенциала. Они выступают в качестве критериев типологии региональной экономики по потенциалу развития в ПИР [2, с. 14].

Определение совокупного потенциала производственной инфраструктуры региона позволит наметить наиболее эффективные пути его дальнейшего развития.

Изучая потенциал развития ПИР, необходимо понимать, что он не является суммой потенциалов блоков указанных выше. Потенциалы любого уровня не функционируют изолированно друг от друга. В данном случае проявляется эмерджентность системы потенциалов разных уровней ПИР, что приводит к увеличению потенциала вышестоящей по иерархии системы.

После проведения анализа существующего состояния ПИР, выявления потребностей промышленности региона в составе производственной инфраструктуры, комплексной оценки потенциала развития ПИР, переходят к *согласованию потребностей и потенциалов*, приведению их в оптимально-сбалансированное соответствие между собой. Это заключительная стадия в структуре оценки потенциала развития ПИР.

Поскольку планирование объема ресурсов в текущем периоде — это всегда условно-ограниченная величина, большое значение на этой стадии имеет ранжирование потребностей по признаку наибольшей необходимости, выделение приоритетов в удовлетворении важнейших потребностей, от которых будет зависеть реализация стратегических направлений развития ПИР. Лишь на основе искомого равновесия между потребностями и ресурсами возможно осуществление оценки потенциала развития ПИР.

Вместе с тем, проводя исследование потенциала развития ПИР, нельзя не учитывать, что его территориальная обособленность имеет относительный характер. ПИР является лишь частью всего народного хозяйства. Любой регион имеет тесные экономические взаимосвязи с другими регионами. Поэтому потенциал развития ПИР утрачивает свою автономность и интегрируется в большей степени с потенциалами развития соседних регионов, что вносит некоторые трудности в исследование потенциала развития производственной инфраструктуры конкретного региона.

С другой стороны, потенциал развития производственной инфраструктуры любой территории, своеобразен по наличию

природных ископаемых, плодородию земель, климату и другим показателям. И именно этот факт делает актуальным и целесообразным исследование потенциала развития производственной инфраструктуры в региональном (территориальном) аспекте.

Список литературы:

4. Горбунов Э.П. Экономический потенциал развитого социалистического общества // Вопросы экономики. 1981. 9. С. 25—32.
5. Грачёв А.Б. Социально-экономический потенциал муниципальных образований и методика его определения // Региональные исследования. 2008. № \ 4. С. 11—15.
6. Свободин В.Н. Производственный потенциал сельскохозяйственного предприятия и оценка эффективности его использования // Вестник статистики, 1984, № 10.
7. Тарасова М.Н. Анализ подходов к определению категории «Производственный потенциал региона» // Вестник молодых ученых. 2004. № 1. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://e-lib.gasu.ru/vmu/arhive/2004/01/76.shtml>
8. Черников Д.А. Эффективность использования производственного потенциала и конечные народнохозяйственные результаты // Экономические науки, 1981, № 10. С. 85—91.

ПАРТНЕРСКИЕ ОТНОШЕНИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА КАК СОВРЕМЕННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Кладкина Сассылана Николаевна
старший преподаватель СВФУ, г. Якутск
E-mail: lanakladkina@mail.ru

В современных изменяющихся условиях развития экономики страны все большую популярность приобретают партнерские отношения государства и бизнеса. При этом координация интересов и усилий носит больше стратегический характер на уровне, как государства, так и регионов. «Причем на стратегическом уровне достигается целевая определенность и определяется общая концепция сотрудничества, тогда как тактические решения в большей степени корреспондируют с выбором форм и складывающихся из них

модульных технологий взаимодействия органов государственной власти и коммерческих структур» [3, с. 19]

Ко всему прочему считается, что взаимодействие государства и бизнеса служит определенным решением в проблеме диверсификации экономики нашей страны.

Во все времена государство выступало в качестве регулятора во всех сферах жизнедеятельности. При этом современные условия хозяйствования в мире диктуют новые условия ведения экономической политики. Демократическая система нашего государства все больше стремится к активному участию общественности в регулировании экономических процессов в стране. Так, например, возможность участия в общественном обсуждении стратегических документов отдельных лиц или сообществ. Такое взаимодействие государства с общественностью открывает совершенно новые возможности поиска грамотных мероприятий для решения проблемных направлений развития региона или муниципальных образований.

Одной из слабых сторон экономики нашей страны является состояние инфраструктуры и исключительно сырьевая направленность. Ситуация усугубилась с кризисом 2008 г., когда была сокращена доходная часть консолидированного бюджета, приведшая к уменьшению объема финансовых средств направляемых на решение инфраструктурных проблем в регионах страны. Как отмечает Генеральный советник Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР) Эммануэль Морис «российская экономика, так же как экономика многих других стран с переходной экономикой, пытается преодолеть текущую нехватку бюджетного финансирования для модернизации коммунальной инфраструктуры. Нет сомнений в том, что ГЧП является полезным инструментом для достижения этой цели» [1].

В условиях дефицита бюджетных средств на помощь решению проблемных направлений развития может прийти государственно-частное партнерство (далее ГЧП). В зарубежных странах подобные отношения принято называть Public — private partnership (PPP). Российское название ГЧП акцентирует на более главенствующем положении в подобных отношениях государства, учитывая политические особенности развития страны, экономический рынок и менталитет. Когда как за рубежом отношения государства и бизнеса носят, прежде всего, общественный характер и направлены на решение общественно значимых проблем, а также на подчеркнута более главенствующем положении частного бизнеса над государством.

Партнерство между государством и бизнесом требует поиска и внедрения инструментов и механизмов ГЧП, способных обеспечить

наибольшую социально-экономическую эффективность во благо общества. Государство использует ГЧП «в качестве инструмента привлечения частной инициативы и инвестиций при сохранении государственного контроля над активами, такими как недра, объекты инфраструктуры, предприятия, которые имеют важное социальное или оборонное значение» [2, с. 20].

На данном этапе развития экономики страны назрела острая необходимость внедрения института партнерских отношений между государством и бизнес — структурами. Такой посыл принят большинством регионов России и многие видят в этом партнерстве механизм решения накопившихся проблем в различных сферах. Следует отметить, что стратегическое планирование является неким организующим механизмом, то есть благоприятной средой для развития и совершенствования института ГЧП. Это объясняется, прежде всего, прозрачностью формирования политики территориального развития, а также общественным характером стратегического планирования «тем самым стратегическое планирование способствует возникновению совместных проектов частного и общественного секторов и успешности их реализации» [4, с. 51].

Государство выступает в роли стратега, задающего и формирующего цели и задачи социально-экономического развития, определяющего приоритетные направления развития, а также механизмы достижения всего намеченного. Роль лидера государство сохраняет и в последующих партнерствах с частным бизнесом, оставляя ему роль лишь пассивного участника отношений. Когда как государственно — частное партнерство определяется как равноправные договорные партнерские отношения между государством и частным бизнесом, с разделением рисков и механизма финансирования. Достижение таких условий взаимодействия возможно лишь при условиях соблюдения выгоды обеих сторон.

Одной из важнейших особенностей государственно-частного партнерства является перспективное экономическое сотрудничество, предполагающее в определенной степени равноправные юридические отношения государства и бизнес — структур в целях реализации экономически и социально значимых проектов. При этом равноправие определяется с точки зрения партнерства и доверительных партнерских отношений. Стороны партнерства, имеющие основные капиталы в бизнесе, взаимосвязаны на договорной основе, при котором государство выступает инициатором проекта с точки зрения общественных и социально-экономических интересов страны или интересов на территориальном уровне, а также осуществляет

мониторинг за ходом реализации проекта. Частный сектор берет на себя деятельность по финансированию, проектированию, управлению, строительству и эксплуатации. При этом сотрудничестве перед государством и частным сектором открываются новые возможности:

- у государства — строительство и быстрое завершение объектов инфраструктуры, распределение рисков и ответственности, более эффективное управление затратами, ослабление остроты бюджетных проблем, привлечение частных и иностранных инвестиций, обмен опытом в различных сферах деятельности;

- у частного сектора — доступ к ранее закрытым рынкам, наименьшие финансовые риски, долгосрочное сотрудничество, приобретение опыта управления крупными проектами, льготы на определенные виды деятельности, в форме послаблений налогов, а также рост общественного статуса.

Такого рода партнерство призвано, прежде всего, содействовать бизнес-структурам в создании новых видов высокотехнологичных производств, инновационных технологий, поддержке имеющегося частного сектора. Это объясняется наличием у частного сектора ряда положительных качеств таких как, мобильность, гибкость, наличие квалифицированных кадров и современные технологии. По существу переход к партнерским отношениям являет собой частичную передачу некоторых функций государства частному сектору на установленный срок, оформленных и разрешенных законодательно в виде контрактов (соглашений).

На сегодняшний день наблюдается тенденция, что ГЧП принято считать любое взаимодействие государства и бизнеса. На деле у ГЧП существуют определенные характеристики и границы соприкосновения. Определение и постановка целей проводится исключительно государством, поскольку именно оно является представителем народа в стране и формирует цели исходя из общественных интересов. Следует заметить, что государство, прежде всего, заинтересовано в привлечении и выборе партнера предлагающего наиболее эффективный проект по социально-экономическим показателям.

Таким образом, ГЧП является неким объединением, прежде всего финансовых, организационно-управленческих и технологических ресурсов государства и частного сектора для строительства и эксплуатации объектов государственной или муниципальной собственности, а также оказания социально необходимых услуг населению.

Список литературы:

1. Государственно-частное партнерство. Практика. Проблемы. Перспективы. Сборник статей. Под общ. ред. Х.М. Салихова и А.А. Зверева // Экспертный совет по законодательству о ГЧП [электронный ресурс] — режим доступа. — URL: <http://ppp-lawrus.ru/articles.php?l=2> (дата обращения 3.07.2012 г.)
2. Ковалев А.М., Развитие форм и методов государственно-частного партнерства в экономике регионов РФ. Автореферат. С. 20
3. Никитаева А.Ю. Стратегии и механизмы взаимодействия государства и бизнеса в регионах России // Региональная экономика: теория и практика. 2007. № 9(48). С. 19.
4. Нелюбова Н.Н. Государственно-частное партнерство в реализации стратегии развития региона // Региональная экономика: теория и практика. 2007. № 11(50). С. 51

МЕЖВУЗОВСКОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Куликова Юлия Павловна

*аспирант, ГБОУ ВПО «Финансово-Технологическая Академия»,
г. Москва*

E-mail: jp.kulikova@gmail.com

Основным мотивом развития сотрудничества между вузами является расширение участия университетов в инновационных системах стран и регионов.

Межвузовское взаимодействие может реализовываться в различных формах на формальной и неформальной основе, объединять государственные и негосударственные вузы по различным принципам и достигать разной степени интегрированности в зависимости от целей и ресурсов участников. С организационной точки зрения формальное сотрудничество может осуществляться в виде межвузовских и межфакультетских соглашений о сотрудничестве, ассоциаций, стратегических альянсов, консорциумов.

Виды объединений вузов с территориальной точки зрения можно подразделить на региональные, национальные и международные, в зависимости от инициатора — иницируемые государственными

органами власти или вузами, в зависимости от права членства — открытые и закрытые, в зависимости от срока деятельности — срочные и бессрочные, в зависимости от направленности — образовательные, научно-исследовательские, научно-педагогические, инновационные.

В основу взаимодействия между конкретными вузами могут быть положены различные подходы и их сочетания: территориальная общность, общность решаемых научных задач (Глобальный консорциум G8 — морская логистика), лидерство в регионе (объединение столичных университетов) или лидерство в комплексе научных дисциплин (Консорциум Университетов Белой Розы), опыт инновационной деятельности (SETsquared), рейтинговые позиции вузов (Группа Рассел).

Если первая американская ассоциация колледжей была создана в 1887 г., то межвузовское взаимодействие в целом получило развитие в XX веке. Из 26 рассмотренных нами действующих в настоящий момент межвузовских объединений из Европы, Канады, Австралии, Азии 23 были созданы после 1990 г., а пять — после 2006 г.

Помимо развития средств коммуникации основными стимулами развития межвузовского взаимодействия являются: необходимость экспансии в условиях возрастающей конкуренции на рынках образования и инвестиционных ресурсов, повышение эффективности деятельности за счет научно-технического, интеллектуального обмена, внедрения современных форм обучения и коммерциализации вузовских инноваций. Непосредственным стимулом является наличие взаимных выгод от специализации и кооперации участников взаимодействия.

В то же время к возможным рискам межвузовского взаимодействия можно отнести: протекционизм на национальном рынке образования, снижение автономности отдельных университетов и руководителей подразделений, неравенство ресурсов и возможностей сотрудничающих университетов, недостаточная инициативность, противодействие со стороны сотрудников или внешней среды, рост бюрократии, законодательные противоречия, ограниченность финансовых ресурсов и сложность отчетности.

Основные задачи межвузовского взаимодействия, обозначенные в программных документах: стратегическое планирование и координация; усиления взаимодействия с государственными органами и внешней средой, расширение влияния; привлечение инвестиционных ресурсов; развитие совместных проектов в области образования, подготовки ученых и научного сотрудничества для повышения конкурентоспо-

способности; повышение уровня преподавания; использование совместных коммуникационных каналов и баз данных; обмен опытом.

Формирование социальной среды, восприимчивой к инновациям, развитие инновационной деятельности предприятий, создание прогрессивных технологий определяются способностью высших учебных заведений выступать генераторами, каналами трансфера и потребителями инноваций, что обуславливает стратегическую роль высшего образования в национальной инновационной системе.

Инновационное развитие экономики страны формируется из отдельных компонент, на которые способна влиять деятельность высших учебных заведений. При этом управление инновациями является универсальным инструментом управления высшим учебным заведением, поскольку управлениями инновациями непосредственно влияет на все направления деятельности вуза.

На основе критического анализа программных документов РФ, тенденций развития национальной инновационной системы РФ и с учетом зарубежного опыта автором предложен алгоритм управления развитием системы высшего образования, направленный на реализацию инновационной стратегии развития национальной экономики.

По временным рамкам выполнение алгоритма предполагает три периода: 2013—2014 гг. — первые семь этапов, их результат — определение взаимосогласованных приоритетов развития инновационной деятельности высших учебных заведений в соответствии со стратегическими задачами развития страны, выявление сильных и слабых сторон сложившейся системы высшего образования, а также возможностей интеграционного развития; 2014—2015 гг. — восьмой этап, его результат — разработка программы интеграции вузов в национальную инновационную систему; 2015—2020 гг. — девятый и десятый этапы, их результат — обеспечена ведущая роль вузов в инновационном развитии страны с соблюдением принципов координирования, автономии, конкуренции и кооперации.



Рисунок 1. Управление инновационным развитием системы высшего образования как инструмент реализации инновационной стратегии развития национальной экономики

Инновационная политика вуза не может формироваться изолированно, без влияния макроэкономических процессов и участия в них. При осуществлении инновационной деятельности вуз вступает во взаимодействие с различными участниками инновационной системы. Однако возможности такого взаимодействия, а также возможности целенаправленного и взаимосвязанного развития образовательной и научной деятельности, преодоления ресурсных ограничений, эффективного использования интеллектуальной собственности расширяются на основе кооперации вузов.

В работе систематизированы показатели эффективности межвузовского взаимодействия, используемые в зарубежной практике, которые могут применяться высшими учебными заведениями РФ.

При этом сложность горизонтальных и вертикальных взаимосвязей в рамках национальной инновационной системы обуславливает необходимость консолидации усилий вузов, органов государственной власти и других участников инновационной деятельности для оценки возможного синергетического эффекта сотрудничества и обеспечения согласованного развития всех секторов экономики. Также необходимы мониторинг реального состояния и прогноз потребностей вузов по направлениям: образование, научные исследования, управление, финансирование, материально-техническая база, подготовка педагогических и научных кадров, маркетинг, что позволит разработать конкретные и согласованные по срокам мероприятия для достижения показателей, определенных количественно в Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 г.

В целом основными результатами развития межвузовского взаимодействия в мире являются: успешное выполнение ряда проектов доказало возможность повышения качества исследований, осуществляемых университетами в сотрудничестве; усиление интегрирующей роли университетов в инновационных процессах; формирование унифицированных и гибких систем подготовки специалистов, исследователей и преподавателей; расширение доступа университетов к финансовым ресурсам и контрактам; распространение успешных практик развития инновационного предпринимательства на базе вузов.

Анализ успешного зарубежного опыта межвузовского взаимодействия показал, что эффективность такого сотрудничества определяется соблюдением нескольких основных условий, которые необходимо учитывать при организации совместной деятельности вузов: относительное равенство потенциалов участников; активность участников; формирование прозрачной системы управления и системы контроля, в том числе над расходованием собственных и привлеченных

финансовых ресурсов; наличие установленных контактов с другими участниками инновационной деятельности; содействие региональных и национальных органов управления; формирование эффективных каналов коммуникации.

Список литературы:

1. Карлофф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф. — М. : Экономика, 2007. — 239 с.
2. Карнаухов С.Б. Методы анализа и обработки данных для мониторинга регионального рынка образовательных услуг. М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2007 — 236 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура: пер с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ. 2000

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ: ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ, ПОДДЕРЖКА И РЕГУЛИРОВАНИЕ

Михайлушкин Павел Валерьевич

*канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и ВЭД, ФГБОУ
ВПО «Кубанский Государственный Аграрный Университет»,
г. Краснодар*

Баранников Антон Александрович

*студент учетно-финансового факультета, ФГБОУ ВПО
«Кубанский Государственный Аграрный Университет», г. Краснодар
E-mail: bantal@mail.ru*

В ноябре 2009 г. в Риме прошел Всемирный саммит по продовольственной безопасности, который собрал глав многих государств и правительств, их представителей, а также представителей Европейского сообщества. Целью саммита являлось принятие необходимых мер, требуемых на национальном, региональном и глобальном уровнях от всех государств и правительств с тем, чтобы незамедлительно положить конец росту числа людей, страдающих от голода, недоедания и отсутствия продовольственной безопасности, и существенно уменьшить число голодающих.

В настоящее время число людей, страдающих от голода и нищеты, превысило 1,7 млрд. человек. Это представляет собой неприемлемое явление, затрагивающее жизнь, средства к существованию и достоинство одной шестой части населения мира [3]. Последствия хронического недофинансирования сельского хозяйства, мер по обеспечению продовольственной безопасности и развитию сельских районов еще более усугубились в последнее время, в частности в связи с продовольственным, финансовым и экономическим кризисами. Достигнут определенный прогресс, однако в целом предпринимаемые усилия пока еще недостаточны для достижения целей в области развития, установленных в Декларации тысячелетия и всемирными продовольственными саммитами. Страны должны совместно ускорить принятие мер для того, чтобы обратить вспять эту тенденцию и направить развитие в мире по пути, обеспечивающему последовательную реализацию права на достаточное питание в контексте национальной продовольственной безопасности.

На саммите страны заявили о стремлении мобилизовать ресурсы, необходимые для повышения производительности, включая изучение, одобрение и внедрение биотехнологий и других новых технологий и инноваций, являющихся безопасными, эффективными и экологически устойчивыми; о поощрении исследований в области продовольствия и сельского хозяйства, в частности исследований, нацеленных на адаптацию к изменению климата и смягчение его последствий; о содействии расширению доступа к результатам исследований и технологиям на национальном, региональном и международном уровнях; о поддержке национальных, региональных и международных программ, способствующих повышению безопасности продовольствия и улучшению здоровья животных и растений, включая меры профилактики и борьбы с трансграничными вредителями и заболеваниями животных и растений. Страны обязались принимать политику и программы в целях содействия формированию эффективных национальных систем продовольственной безопасности, охватывающих все этапы продовольственной цепочки и всех действующих лиц, с тем чтобы обеспечить соответствие пищевых продуктов научно обоснованным международным стандартам и повысить уровень безопасности и качества продовольственных товаров для нашего населения; обязались также активно поощрять потребление продуктов, особенно имеющих на местном уровне, которые позволяют диверсифицировать и сбалансировать рацион питания, в качестве наилучшего средства решения проблемы нехватки питательных

микроэлементов и других форм недоедания, особенно среди уязвимых групп населения [1].

Продолжением Декларации всемирного саммита по продовольственной безопасности в России является Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации, которая была принята 30 января 2010 г. указом президента. Это событие показывает желание России оказать помощь в борьбе с глобальными изменениями в области продовольственной безопасности, а также понимание государством необходимости принятия мер для изменения ситуации в области продовольствия внутри самой страны. Доктрина представляет собой совокупность официальных взглядов на цели, задачи и основные направления государственной экономической политики в области обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации.

Продовольственная безопасность Российской Федерации является одним из главных направлений обеспечения национальной безопасности страны в среднесрочной перспективе, фактором сохранения ее государственности и суверенитета, важнейшей составляющей демографической политики, необходимым условием реализации стратегического национального приоритета — повышение качества жизни российских граждан путем гарантирования высоких стандартов жизнеобеспечения.

Для оценки состояния продовольственной безопасности в качестве критерия определяется удельный вес отечественной сельскохозяйственной, рыбной продукции и продовольствия в общем объеме товарных ресурсов (с учетом переходящих запасов) внутреннего рынка соответствующих продуктов, имеющий пороговые значения в отношении:

- зерна — не менее 95 %;
- сахара — не менее 80 %;
- растительного масла — не менее 80 %;
- мяса и мясопродуктов (в пересчете на мясо) — не менее 85 %;
- молока и молокопродуктов (в пересчете на молоко) — не менее 90 %;
- рыбной продукции — не менее 80 %;
- картофеля — не менее 95 %;
- соли пищевой — не менее 85 %.

Правительство Российской Федерации проводит единую государственную экономическую политику в области обеспечения продовольственной безопасности, организует мониторинг состояния продовольственной безопасности, и контроль над реализацией мер по ее обеспечению.

Органы государственной власти субъектов Российской Федерации во взаимодействии с федеральными органами государственной власти:

- реализуют с учетом региональных особенностей единую государственную экономическую политику в области обеспечения продовольственной безопасности;
- разрабатывают и принимают нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации по вопросам обеспечения продовольственной безопасности;
- формируют и поддерживают необходимые запасы и резервы продовольствия в субъектах Российской Федерации;
- обеспечивают ведение мониторинга состояния продовольственной безопасности на территории субъектов Российской Федерации [2].

Рассмотрим аспект продовольственной безопасности страны. Она существует, если существует продовольственная безопасность в каждом отдельном регионе. Таким образом, ответственность за выполнение постулатов Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации лежит на регионах. Однако документа, который бы это четко прописывал, на сегодняшний день нет. В связи с этим является целесообразным разработка и утверждение документа о продовольственной безопасности отдельного региона. В нем необходимо указать систему показателей для оценки состояния продовольственной безопасности региона, а также контролирующий орган, который будет производить соответствующий мониторинг. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации носит рекомендательный характер. Если региональный документ будет носить только рекомендательный характер, то крупным закупщикам продовольствия будет невыгодно менять своих поставщиков и ломать налаженные коммерческие связи. Если их не обязать к постепенному переходу на закупки у местных, отечественных поставщиков продовольствия или если не создать условия, при которых закупки у местных производителей будут приоритетными, никакого эффекта от Доктрины не будет. Так же необходимо учитывать влияние предстоящего присоединения России к Всемирной Торговой Организации, которая создана с целью демократизации торговых процессов и созданию открытого, равного «рынка», для всех своих членов [7].

Может сложиться впечатление, что обязательный характер Доктрины продовольственной безопасности региона убьет все зачатки конкуренции, что скажется на качестве продукции. Однако это не так. Предполагается, что контролирующий орган, должен будет

осуществлять контроль качества продукции, заинтересовывая производителей поставлять продукцию только высшего качества, ведь только при этом условии их товар закупают, здесь возникает вопрос о противодействии с коррупцией, которая может возникнуть при учреждении органа с такой важности и ответственности.

Таким образом, необходимо с помощью Доктрины продовольственной безопасности региона создать такую ситуацию, при которой закупка продуктов импортного происхождения будет невыгодна, если есть соответствующий отечественный товар необходимого качества и цены, при этом предпочтение должно отдаваться местным производителям [5]. Для исполнения всех задач, необходимо увеличение роли государства в области агропромышленного комплекса. Эта роль была значительно уменьшена после распада СССР и перехода к рыночным отношениям. Однако подобный опыт привел к негативным последствиям для АПК России, в том числе и к возросшей доли импортного продовольствия.

Современная экономика — это высокоразвитая, инновационно-предпринимательская, отлаженная система, питавшая многовековой опыт рыночной свободы, конкуренции и демократического порядка. В ней важное, а в ряде ситуаций — решающее, место отводится государственному влиянию и регулированию.

Специфические условия российских реформ внесли большую противоречивость в вопрос оценки обществом роли и функций государства в современной экономике. В научной среде выделялись и продолжают существовать в этой части два диаметрально различных подхода. Первый предполагает, что чем больше экономика носит рыночный характер, тем меньше государственным институтам нужно вмешиваться в экономическую жизнь и тем слабее должен быть государственный сектор экономики. Другой подход базируется на мнении, что роль государственного регулирования должна быть преобладающей всегда: и на этапах становления рыночных взаимодействий, и там, где уже сложились самые высокоразвитые механизмы рынка.

Период разгосударствления и приватизации определил весь контекст первого этапа реформ в России. Господствующей в политической элите стала точка зрения, что саморегулирующие начала рынка приведут хозяйственную систему страны в желаемое состояние, соответствующее мировым тенденциям. Однако уже тогда, звучали предупреждения, что эффективного рынка без мощных регулирующих начал государства не бывает и что наиболее ответственной роль государства должна быть именно в переходное время. Как заметил

Ж. Сапир, «дело перехода к рынку нельзя отдавать на откуп самому рынку. Нелепо пытаться воспользоваться преимуществами еще не существующего института». Эти предостережения не были, к сожалению, услышаны в обществе. В последующем функцию государственного регулирования экономики перестали отвергать и осуждать [6]. Стало утверждаться понимание, что развитая рыночная экономика предполагает и развитое, квалифицированное государственное регулирование. Обозначенный поворот настроений в кругах политической и научной элиты относительно участия государства в рыночной экономике требует осмысления. Важно выяснить, какое место среди его причин занимает влияние текущей политической конъюнктуры, а какое — глубинное осознание серьезности и сложности проблемы соотношения рыночных и институциональных регуляторов экономических отношений сейчас и в будущем.

Стоит обратить внимание на то, что переосмысление роли государства в экономике — явление, характерное не только для России. Оно касается и экономических систем, находящихся на разных ступенях рыночных трансформаций, а также и устойчивых, благополучных стран. Интересный материал для размышлений и оценок на эту тему дают регулярные отчеты сотрудников Всемирного банка — «Государство в меняющемся мире».

Авторы отчетов обращают внимание на два принципиальных элемента стратегии участия государства в процессе развития своих стран. Первый из них — приведение функций государства в соответствие с его потенциалом. Иначе говоря, речь идет о том, чтобы соразмерять желания с возможностями. Многие государства пытаются сделать слишком многое, располагая ограниченными ресурсами, что часто приносит больше вреда, чем пользы. Там, где государство располагает скудными возможностями, формы и направления государственного вмешательства должны особенно тщательно анализироваться.

Второй элемент связан с укреплением потенциала государства путем активизации общественных институтов. Это подразумевает разработку эффективных норм и ограничений, которые позволили бы сдерживать произвол властей, бороться с засильем коррупции. Важной частью работы является развитие разнообразных форм общественного контроля, который должен распространяться и на предпринимательский корпус, и на функционирование органов государственного и муниципального управления [4].

Таким образом, для решения проблем в сфере продовольственной безопасности на национальном, региональном и глобальном уровнях

необходимо увеличение роли государства в решении данного вопроса. Необходимо признать неспособность рыночных отношений самостоятельно поддерживать показатели развития АПК на уровне, обеспечивающем продовольственную безопасность страны и региона в частности. Однако увеличение лишь финансового влияния государства может привести к разграблению выделенных средств. Таким образом, целесообразным является также усиление контролирующей функции государства, что обеспечит прозрачность расходуемых средств. Вместе с этим необходима разработка региональной программы продовольственной безопасности, которая должна носить обязательный характер. Только при этих условиях будет возможным реализация задач, поставленных в Декларации всемирного саммита по продовольственной безопасности и Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации.

Список литературы:

1. Декларация Всемирного саммита по продовольственной безопасности. Официальный сайт ООН. URL: www.un.org
2. Доктрина продовольственной безопасности РФ // Официальный сайт Президента России. URL: <http://www.kremlin.ru/news/6752>
3. Комарова А.В. Государственное регулирование продовольственной безопасности Вестник ТГУ, выпуск 4 (96), 2011 С. 53 — 58.
4. Кушлин В.И., Волгин Н.А. Государственное регулирование рыночной экономики. М., 2001. С. 67 — 69.
5. Михайлушкин П.В., Полтарыхина Г.Б. Модернизация — основа реализации инновационных процессы в АПК: монография. — Краснодар: Просвещение — Юг, 2012. — 231 с.
6. Нечаев В.И., Бершицкий Ю.И., Резниченко С.М. Региональные аспекты государственного регулирования агропромышленного производства. — СПб.: Лань, 2009. — 336 с.
7. Сидоренко В.В., Михайлушкин П.В. Аграрная политика России. — Краснодар: Просвещение-Юг, 2012. — 349 с.

ПАРКИ ОТДЫХА ЛАТВИИ В АСПЕКТЕ АНАЛИЗА ТУРИЗМА

Улдис Плумите

*Mag. eoc. Экономический факультет ЛСУ докторантура,
г. Рига, Латвия
E-mail: kener.sia@gmail.com*

Туризм является очень обширной отраслью, которая приносит большой вклад в экономику государства и развитие народного хозяйства, однако в результате исследования важно осознавать долгосрочность нового туристического продукта в более долгий период времени.

Цель исследования: обобщить и проанализировать в результате исследования те определяющие аспекты и факторы, которые в контексте туристической отрасли влияют на развитие парков отдыха в Латвии.

Задачи исследования: в результате анализа и исследования обобщить те определяющие факторы и экономические аспекты, которые влияют на долгосрочность нового продукта туристической индустрии и успешное развитие экономики.

Гипотеза исследования: парки отдыха Латвии представляют собой новый туристический продукт, поэтому важно исследовать значение этого продукта в аспекте туристической отрасли.

Методы исследования: метод анкетирования и опроса, метод синтеза и анализа, монографический описывающий метод, корреляционный и регрессионный анализ.

Дискуссия. Туристическая отрасль Латвии включает в себя многие виды туризма, однако в этом исследовании мы рассмотрим общий экономический контекст и вкратце проанализируем определяющие моменты развития парков отдыха.

Данные Центрального статистического управления (CSP) свидетельствуют о том, что в гостиницах и других местах ночлега туристов в первой четверти 2012 года было обслужено 284,6 тыс. человек, что на 15,2 % превышает показатели первой четверти 2011 года. Из всех обслуженных человек 63,6 % являлись иностранными гостями и 36,4 % — жителями Латвии. Распределение удельного веса гостей такое же, как и в предыдущий отчетный период [3]. Число обслуженных как иностранцев, так и жителей Латвии возросло почти одинаково на 15 % по сравнению с соответствующим периодом в 2011 году. Общее число ночевков в первой четверти 2012 года достигло

610.8 тыс., что на 15 % больше, чем в первой четверти 2011 года. Из общего числа иностранных гостей 150 тыс. или 82.7 % были приняты в Риге, 6.6 % — в Юрмале и 2.1 % — в Лиепае. Больше всего латвийских путешественников разместилось в Риге — 27.1%, в Лиепае — 10.5 % и Юрмале — 8.6 %. И хотя позиции трех вышеупомянутых городов особо не поменялись в структуре общего приема гостей, все таки в крупнейших городах Латгале прирос удельный вес Даугавпилса, поскольку увеличилось число принятых иностранных и латвийских путешественников (почти на 50 %) по сравнению с первой четвертью 2011 года. В конце первой четверти 2012 года в туристических местах ночлега были доступны 19.3 тыс. номеров и 39.4 тыс. спальных мест [10].

Общая загрузка гостиниц в Латвии в первой четверти 2012 года колебалась в амплитуде 20—30 %. Наибольшая загрузка номеров пришлась на январь, составив 30.2 %, по сравнению с предыдущим годом это составляет прирост почти на пять процентных пунктов. В январе в среднем в Риге было занято 35.4 % гостиниц, а загрузка некоторых 4-звездочных гостиниц составила аж 76 %. В свою очередь наиболее высокий показатель загрузки в других местах Латвии пришелся на Валмиреу, в районах Смилтене и Аматы, где этот показатель значительно превысил средний по Латвии. Средняя продолжительность пребывания иностранных гостей в первой четверти этого года составила 2.2 ночи, что на 2 % выше по сравнению с аналогичным периодом 2011 года. По сравнению с соответствующей четвертью прошлого года, значительно выросло число туристов из России, почти на 36 %, что свидетельствует об отдаче от рекламных кампаний на российском рынке [5;6;7;1;10].

Рассматривая данные, мы можем сделать выводы о следующих основных тенденциях:

- необходимо создать социально экономическую и политическую систему долгосрочного развития, для которой определить цели развития и государственные социально экономические критерии развития для достижения цели;
- необходимо выровнять темпы экономического развития различных отраслей народного хозяйства в региональных и государственных рамках, не допуская преувеличенный прирост цен;
- необходимо согласовать прирост оплаты труда с приростом производительности труда и притоком иностранных инвестиций, подчинить региональное и государственное развитие социально экономическим интересам, а также интересам охраны среды.

Возможности регионального развития последних двух лет стремительно выросли, благодаря финансированию ЕС, которое в последние два года дало Латвии значительную возможность развить региональную экономику. По данным Государственного агентства регионального развития в период с 1 января 2007 года по 1 февраля 2011 года финансирование составило 1071,9 млн. латов. Более половины выплаченного объема (629,8 млн. латов или 58,8 %) составило финансирование фондами ЕС мероприятий регионального и местного уровня. Рассматривая более подробно по регионам планирования: [8]

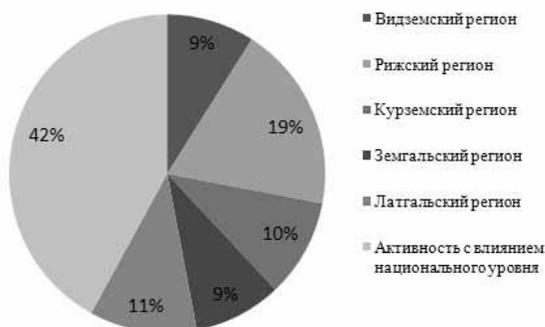


Рисунок 3. Объем и удельный вес вклада фондов ЕС в распределение по регионам планирования и соответственное влияние активности в период с 1 января 2007 года по 1 февраля 2011 года.

Рассматривая процентное распределение по регионам, можно сделать вывод, что Рижскому региону присвоено 19 %, что в 2,1 раза больше, чем Видземскому региону, в связи с чем неравномерное распределение финансирования повлияло на экономические тенденции в этих регионах.

Парки отдыха являются одним из туристических продуктов, ставшим популярным в последние годы. Они тесно связаны с региональным туризмом, региональной экономикой и предпринимательством Латвии. Парки отдыха — это созданные человеком объекты активного отдыха на базе природных ресурсов.

В Европе традиция парков имеет давнюю историю. Парки аттракционов в Европе развились из ярмарок и садов отдыха, которые создавались для отдыха людей. Древнейшим парком отдыха в мире

(открыт в 1583 году) является Баккен (Bakken) у Klampenborg на север от Копенгагена, Дания. В Соединенных Штатах Америки, где расположены мировые выставки и экспозиции, парки аттракционов исторически имеют другое значение [2].

Большая часть парков аттракционов находится в фиксированном месте, а некоторые из них представляют собой кочующие карнавалы. Обычно эти парки аттракционов временного вида пребывают пару дней или недель в год, например, funfairs в Великобритании и карнавалы (краткосрочно размещенные на свободных площадках или автостоянках) и ярмарки в Соединенных Штатах Америки. Упомянутые выставки временного характера помогают создать ощущение, что человек находится в другом месте или времени.

В США применяются различные термины относительно парков отдыха, например, парки аттракционов, тематические парки, карнавальные парки, визуальные парки. Часто употребляют «Theme parks», что является синонимом к термину «парк аттракционов». Понятие «Theme parks» больше подразумевает парк с пейзажем, зданиями и объектами, подчиненными одной или несколькими конкретными или центральными темами.

Разнообразие парковых тем, как правило, группируется в один тематический парк. В такие парки входят темы о новинках в дизайне парков, технологиях и новейших современных видах аттракционов. Так, например, одной из тем, применяемых десятилетиями, является Земля Санта Клауса (сейчас называется «Holiday World & Splashin Safari»), которая находится в Santa Claus, Indiana, и открыта с 1946 года [2].

Парки Латвии — это туристический продукт, создающийся в экономически и географически благоприятных местах. Развитие парков можно рассматривать во многих контекстах, однако важнейшим является экономический, поскольку турист связан со многими отраслями услуг.

В долгосрочной стратегии экономического развития Латвии туризм считается одной из самых стратегических и приоритетных возможностей развития Латвии, которая стимулирует движение народного хозяйства в направлении услуг с большой добавленной стоимостью.

Рассматривая в результате исследования факторы экономического развития продукта туристической отрасли Латвии — парки отдыха, — можно сделать следующие выводы:

1. Латвийский туризм связан со многими отраслями народного хозяйства и влияет на прирост экспортных объемов, а также на общий баланс ВВП;

2. Парки отдыха Латвии являются новым малоизученным туристическим продуктом, однако экономические показатели свидетельствуют о том, что они могут стать долгосрочным и прогрессивным туристическим продуктом;

3. Успешное развитие региональной экономики создает новые рабочие места и увеличивает налоговые поступления;

4. Парки отдыха связаны со многими отраслями народного хозяйства и влияют на экономические показатели, а также на экспортный баланс, создавая внешний образ нашей страны в мировом контексте.

Список литературы:

1. Государственное Агентство регионального развития [электронный ресурс] — Режим доступа — URL: www.vraa.gov.lv
2. I.Silinēviča, туризма анализа, Резекне, 2008.
3. Информация фондов ЕС [электронный ресурс] — Режим доступа — URL: www.esfondi.lv
4. Министерство Экономики [электронный ресурс] — Режим доступа — URL: www.em.gov.lv
5. Министерство охраны среды и регионального развития [электронный ресурс] — Режим доступа — URL: www.varam.gov.lv
6. Развитие регионов Латвии 2011. VRAA, Рига, 2011
7. Программа развития туризма Латвии 2006-2010 гг.
8. Центральное статистическое управление [электронный ресурс] — Режим доступа — URL : www.csb.lv
9. Godfrey H.,Katz K.M. Promoting international tourism to the year 2000 and beyond. USA: The Americas Group, 1996.

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ПАРКОВ ОТДЫХА ЛАТВИИ

Улдис Плумите

*Mag. eoc. Экономический факультет ЛСУ докторантура,
г. Рига, Латвия
E-mail: kener.sia@gmail.com*

Туризм в Латвии является одной из тех отраслей народного хозяйства, которая находится на уровне своего развития, однако прогрессирует и совершенствуется сравнительно быстро. Латвийский туризм в плане цены и качества все больше приближается к европейскому уровню, однако все еще сохраняет стереотип страны дешевого туризма, что можно считать позитивным показателем, поскольку стимулирует приток туристов.

Важно добавить, что латвийский туризм постепенно включается в систему международного туризма. Совет Туризма Латвии является ассоциированным членом комиссии туризма Балтийского моря и членом туристической организации Балтийских стран. Туристическая организация Балтийских стран, в свою очередь, является привлеченным членом организации Мирового туризма [4;5].

Парки отдыха Латвии являются туристической отраслью, которая тесно связана со многими стимулирующими развитие факторами: 1) региональное развитие; 2) региональная экономика; 3) деятельность региональных самоуправлений; 4) региональное предпринимательство; 5) региональный туризм.

Изучая основные тенденции становления и развития латвийской региональной экономики, Институт Экономики ЛАН ссылается на территориальное деление и его финансовые, социальные и территориальные различия [1].

Цель исследования: Возможности развития и определяющие региональные экономические аспекты парков отдыха Латвии.

Задачи исследования: анализируя возможности региональной экономики в индустрии туризма, найти те экономические аспекты, которые определяют возможности развития парков отдыха.

Гипотеза исследования: если развитие региональной экономики происходит при совпадении многих стимулирующих экономическое развитие факторов, то важным является изучить и проанализировать те экономические аспекты, которые определяют тенденции развития.

Методы исследования: метод анкетирования и опроса, метод синтеза и анализа, монографический описывающий метод, корреляционный и регрессионный анализ.

Дискуссия. В делении территории Латвии можно говорить о 6 статистических регионах и 5 регионах планирования. Это определено многими важными аспектами, например, неблагоприятной экономической ситуацией в стране, которая существенно повлияла на территории и домашние хозяйства более низкого уровня экономического развития, отрицательный естественный прирост населения страны и отъезд более качественной рабочей силы основного населения за границу, усиление стимулирующих эмиграцию факторов и т. д. Побочные эффекты различий регионального развития: ухудшаться возможности развития экономики страны и понизится эффективность использования ресурсов, произойдет расслоение общества, стремительно возрастет демографическая и социальная нагрузка, увеличится безработица и другие негативные явления на территориях с более низким уровнем развития [10; 11]. Х. Юргена (H. Jirgena) проанализировала объективные и субъективные факторы образования различий регионального развития, а также сравнила Латвию с другими европейскими регионами. Вывод — Латвия является самой богатой страной среди самых бедных стран ЕС, что, разумеется, является слабым успокоением для самих жителей Латвии.

Таким образом, рассмотрим данные регионального планирования за предыдущие периоды:

ВВП на 1 жителя в регионах планирования в 2002 — 2006 гг., в фактических ценах, % к среднему показателю в стране [8].

Таблица 1.

ВВП на 1 жителя в регионах планирования в 2002—2006 гг.

Регионы планирования	Период				
	2002	2003	2004	2005	2006
Рижский регион	143,9	140,3	143,0	143,6	148,3
в т.ч. Рига	181,6	177,2	183,3	180,8	190,1
Видземский регион	57,9	59,9	59,6	58,7	53,9
Курземский регион	82,9	87,8	88,4	79,3	69,5
Земгальский регион	55,7	57,3	51,7	55,7	54,0
Латгальский регион	48,3	51,6	46,5	48,6	45,8

И хотя в Латвии разработано законодательство регионального развития и база нормативных актов, практически, это все же не реализовано в совершенстве, особенно, так называемое использование

финансирования Европейского Союза в регионах. Исследователи ИЭ ЛАН Я. Почс (J. Počs) и Дг.оес. С. Кейшс (S. Keišs) упомянули конкретные факты о различиях регионов Латвии, например, в Рижском регионе до сих пор сохранились более высокие экономические показатели: внутренний валовой продукт на одного жителя, оплата труда и др.

Как видно в таблице, во всех латвийских регионах, не считая Рижский регион и Ригу, удельный вес ВВП на одного жителя в стране в исследуемый период значительно снизился. Это значит, что различия в экономическом потенциале не выравниваются, а растут. Также негативным в региональном развитии нужно считать последние административно-территориальные реформы, в результате которых пропали самоуправления на волостно-городском и районном уровнях. Расчеты показывают, что после этой реформы самоуправления на всей территории Латвии, за исключением Риги, бывшего Рижского района, Лиепайи и Вентспилса, будут сильно зависимы от субсидий фонда распределения финансов Самоуправлений (PFIF). Ведется односторонняя централизация средств самоуправлений, с одной стороны, определяя величину отчислений небольшому числу «доноров» PFIF, а с другой стороны, централизованно разделяя субсидии самоуправления [3; 6; 7]

В подготовленном агентством Государственного Регионального развития издании «Развитие регионов в Латвии 2008» сделаны выводы, что использованное публичное финансирование государственных активностей Единого программного документа, либо, иначе говоря, использование фондов ЕС в 2004—2006 гг. было таковым: рижский регион получил 43 %, а регион Курземе — 14 %, Земгале — 12 %, Видземе — 11 %, Латгале — 9 %, а 11 % финансирования пошли на проекты национального масштаба. Также появилась связь «заинтересованных» — регион с большим индексом территориального развития получил большее финансирование, а территории с меньшими показателями — меньшее.

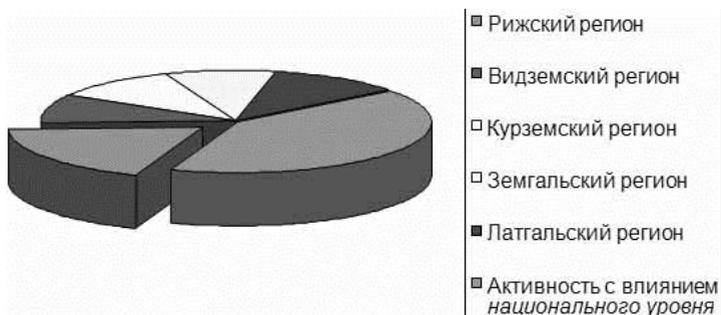


Рисунок 1. Использование фондов ЕС по регионам в период с 2004 по 2006 год.

Также здесь обозначилось распределение средств территории, влияющее на ее неравномерное развитие. Во время Научной конференции ЛАН, проходившей осенью 2011 года, на которой обсуждались тенденции территориального развития Латвии, большая часть исследователей указала на проблему централизованного распределения средств на всей территории Латвии, превращающую многие регионы в «рабов распределения» [9].

Председатель СЛС А. Яунслеинис (A. Jaunsleinis) в своей презентации еще раз подтвердил с практической точки зрения вышесказанное о росте различий латвийских регионов. Он также подчеркнул, что тенденции нынешнего года — необдуманное и поспешное закрытие школ и больниц, сокращение общественного транспорта и др. — не способствуют развитию регионов.

Парки приключений в Латвии в большинстве своем создаются в живописных местах, близко расположенных к большим городам и подъездным путям, а также с хорошими условиями для регионального предпринимательства. Характеризуя вкратце — красивая природа, активный отдых, адреналин и полезная усталость вечером — это гарантия в парках приключений Латвии, где люди всех возрастов могут подыскать для себя подходящее и веселое занятие. Здесь можно испробовать длинные переезды по тросам, в какой-то момент примерить образ жизни Тарзана или Маугли, испытать себя на смелость на трассах с препятствиями, а также покататься на каруселях, машинках, спуститься на санках с самой отвесной трасы, взлететь из катапульты на 18-метровую высоту или просто насладиться приятным пикником в кругу друзей [10; 11].

Латвийские парки приключений расположены в Сигулде, Цесисе, Вентспилсе, Юрмале и Риге. Рассмотрим вкратце их предложения и разнообразие.

В Какишкалнс, в Сигулде расположен парк приключений «Meža kaķis» (Savaļas Cat), который включает трассы с шестью степенями сложности. Тросовый путь находится на высоте 2 — 17 метров над землей. Подобная трасса доступна в Риге, недалеко от Большой трассы в Межапарке. Рижский «Meža kaķis» предлагает пять курсов для преодоления различных препятствий с различной физической подготовкой от 1 до 15 метров над землей.

Парк приключений и отдыха Supervāvere (Super vāvere) находится недалеко от Цесиса, на территории Национального парка Гауя. Расположен в красивой среде. Парк проектировали французские инженеры со специальными знаниями в этой области и опытом создания подобных парков во всем мире. Supervāvere предлагает три курса: детскую тропинку с 10 препятствиями, спортивную тропу с 15 препятствиями и приключенческую трассу с 25 препятствиями. Все курсы начинаются и заканчиваются на земле, однако приключенческий и спортивный курсы заканчиваются свободным падением. Приобретя билет, действием можно наслаждаться в течение трех часов. Чтобы пройти через все три курса, вам понадобится как минимум два часа. Особое приключение — ночные светлячки — можно зарезервировать заранее, в этом случае вы закончите курс в темноте с фонарем [13].

Парк приключений Tarzāns находится на территории древнего русла реки Гауя. В этом парке работает летняя санная дорога, на которой можно испытать скорость до 40 километров в час. Велосипед Штромберга (Štrombergs Bike) представляет собой деятельность, при которой можно ехать на велосипеде мирового чемпиона Олимпийских игр ВМХ Мариса Шттомберга на высоте 40 метров над землей.

В Вентспилсе существует свой парк приключений, расположенный на искусственно созданном городище, названный в честь любимой шляпы председателя дума Айварса Лембергса: Lemberga hūte. Гора, которую зимой используют как лыжную трассу, создавалась в период с 2003 по 2005 год при помощи строительного мусора и неиспользуемого почвенного материала. Здесь имеется тропа Каķа така с более чем шестью степенями сложности в целом. Также предлагаются другие интересные аттракционы: пейнтбол, катапульта, скоростная камерная трасса, картинговая трасса, тренажеры, батуты и прочая активность [14].

Особенно красивая природа и древнее русло реки Гауя с культурно историческим наследием открывается на территории парка отдыха Лигатне. Здесь турист может прогуляться по природным тропам, ведущим через песчаниковые горы, серные источники и крутые берега Гауи. Есть более экстремальное предложение для любителей велотуризма.

В Латвии есть много парков приключений, некоторые из которых находятся почти в самом центре Риги— «Mežakaķis» в Межапарке или «Augsto virvju parks» в Яунмарупе.

Из всех Балтийских стран в Латвии единственной существует ветряной туннель «Aerodium» — совершенно новое развлечение. Здесь люди могут испытать состояние невесомости и проверить свою силу и смелость.

Обобщая рассмотренную информацию о парках отдыха Латвии и возможностях их развития, мы можем сделать следующие выводы:

1. Развитие народного хозяйства Латвии очень неоднородно в региональном аспекте,
2. Парки отдыха позволяют латвийским регионам успешно развивать предпринимательство,
3. Успешное развитие региональной экономики создает новые рабочие места и увеличивает налоговый доход,
4. Развитая региональная экономика способствует новым тенденциям в народном хозяйстве,
5. Парки отдыха в регионах Латвии являются успешным применением наших природных ресурсов, создавая новые возможности и тенденции в экономическом аспекте.

Список литературы:

1. Агентство инвестиций и развития Латвии: [электронный ресурс] — Режим доступа — URL.: www.liaa.gov.lv
2. Государственное Агентство регионального развития: [электронный ресурс] — Режим доступа — URL: www.vraa.gov.lv
3. I.Silinēviča, туризма анализа, Резекне, 2008.
4. I.Silinēviča, J.Gaile, туристический продукт, Резекне, 2007.
5. Информация фондов ЕС :[электронный ресурс] — Режим доступа — URL.: www.esfondi.lv
6. Министерство Экономики :[электронный ресурс] — Режим доступа — URL.: www.em.gov.lv
7. Министерство охраны среды и регионального развития: [электронный ресурс] — Режим доступа — URL.: www.varam.gov.lv
8. Отчет о природных объектах, включенных в предложение латвийского туризма, 2011.

9. Развитие регионов Латвии 2009. VRAA, Рига, 2010
10. Развитие регионов Латвии 2010. VRAA, Рига, 2011
11. Самооценка местных самоуправлений Латвии 2005-2010 гг. CSP, Рига, 2010.
12. Программа развития туризма Латвии 2006-2010 гг.
13. Центральное статистическое управление: [электронный ресурс] — Режим доступа — URL.: www.csb.lv

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО КООПЕРАТИВНОГО ДВИЖЕНИЯ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ И РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)

Семенова Виктория Викторовна

аспирант, ассистент ФЭИ СВФУ, г. Якутск

E-mail: vi7@aport.ru

Сельскохозяйственная кооперация создается для наиболее эффективного функционирования аграрного производства, а также обслуживающих данную отрасль хозяйств, путем объединения материальных и земельных ресурсов. Широкое распространение кооперация сельского хозяйства в России получила в начале XX века и выполняла тогда роль социальной поддержки крестьян [5, с. 23]. За длительное время функционирования мелкотоварных хозяйств, а также крупных агропромышленных производств, существование кооперации сельского хозяйства в России и развитых странах показало, что это необходимый и важный механизм для достижения наилучших результатов в данной сфере [4].

В настоящее время настал период новой волны кооперативного движения в сельском хозяйстве, обусловленной требованиями многоукладной экономики России, претерпевающей затяжной финансовый кризис. Самой значительной проблемой в сельском хозяйстве во всем мире на сегодняшний день является диспаритет цен: издержки на производство (топливо, технику, электроэнергию и другое) превышают доходы. Правительство России принимает меры по поддержке сельхозпроизводителей, чтобы в какой-то мере покрыть расходы фермеров. Особенно это необходимо в регионах, с трудными экстремальными климатическими условиями ведения сельского

хозяйства. Так, в Республике Саха (Якутия) в 2010 году были одни из самых низких показателей рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, которые составили в сфере животноводства -30%, а в сфере растениеводства -32,6 % [3]. В Алтае показатели рентабельности проданных товаров (произведенных работ и услуг) среди регионов России в Краснодарском крае составили 26,6 % в животноводстве и 14 % в растениеводстве.

Вступивший в силу федеральный закон № 193-ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации», закрепил гарантированность государственной поддержки сельскохозяйственных кооперативов и их союзов. В 2006 г. была создана «Концепция развития сельскохозяйственных кооперативов» разработанная Всероссийским институтом аграрных проблем и информатики им. А.А. Никонова. Данная концепция затрагивает основные проблемы развития сельскохозяйственных кооперативов и предлагает план мероприятий направленный на их преодоление. Сегодня действует проект по стимулированию кооперативного движения и регулирования деятельности кооперативов «Развитие АПК». В Якутии производство сельскохозяйственной продукции очень сильно зависит от климатических условий и без серьезной поддержки со стороны государства оно не может существовать и развиваться. В рамках проекта «Развитие АПК» на мероприятия программы в 2010 году было направлено 8,8 млрд. рублей, в том числе из республиканского бюджета 5,9 млрд., федерального — 272 млн. рублей, внебюджетных источников — 2,6 млрд. рублей [7]. В среднем в Якутии на поддержку сельского хозяйства выделяется семь процентов от республиканского бюджета в год. В Алтайском Крае на развитие сельского хозяйства и сельских кооперативов в 2011 году объем государственной поддержки отрасли составил более 5 млрд. рублей [4]. Объем государственной поддержки в Якутии значительно больше и это объясняется тем, что местное правительство стремится помочь сельскохозяйственным предприятиям, покрывая низкую рентабельность сельского хозяйства.

В Республике Саха (Якутия) потребности населения покрывают 28 % в молочной продукции, до 30 % в мясном производстве, а также в республике производится до 70 % необходимых овощей и картофеля и почти полностью закрываются потребности в рыбе [8]. Это очень низкие показатели по удовлетворению потребностей в продукции, так как регионы, в которых покрывается меньше 40 % потребностей местных потребителей, относятся к зависимым.

По сравнению с данными сельского хозяйства Якутии, в аграрном секторе Алтайского края отмечается устойчивое развитие

по всем основным направлениям. В 2010 году Алтайский край занимал лидирующую позицию среди регионов СФО по выпуску продукции сельского хозяйства. В процентном отношении от общего объема по Сибирскому федеральному округу доля региона составляет 23% [1]. Алтай занимает первое место в России по площади пашни (6,5 млн. га), 1 место по производству сыра, муки и круп, 3 место по производству молока, 4 — по производству зерна, 6 — по производству скота и птицы на убой. Объемы производимой продукции полностью обеспечивают население края практически всеми необходимыми продуктами питания, а также значительную часть продовольствия вывозятся в другие регионы. Поставки продовольствия в другие регионы из Алтайского края составляют 70% производимой муки и жирных сыров, 30% масла животного, 85% круп, 60% макаронных изделий, а также другую продукцию [4].

Разница в степени развития сельского хозяйства в Якутии и Алтайском крае велика. Это во многом объясняется тем, что климатическими условиями ведения фермерства в регионах разные: в Якутии они крайне тяжелы, где амплитуда колебания температур в зимнее и летнее время составляют практически 100 градусов, в Алтае же условия намного более благоприятны.

Важным условием для развития сельского хозяйства является государственная поддержка. В рамках проекта «Развитие в АПК» в России выделяются средства из федерального бюджета и местного бюджета в соответствии с требованиями, возникающими в условиях ведения сельского хозяйства.

В Алтайском крае действует специальная ведомственная целевая программа, рассчитанная на 2009—2012 годы, направленная на создание многоуровневой системы сельскохозяйственной потребительской кооперации, каждый участник которой будет иметь целый набор экономических привилегий. В 2006—2007 годах кооперативы края имели возможность оформлять кредитные средства под 12 %, а не под 14—16% годовых, как все сельхозпредприятия [2]. Однако, в 2010 приостановлены практически все формы поддержки коопераций, существовавшие в бытность нацпроекта. Например, кооперативы лишились права участвовать в упрощенных программах лизинга и брать льготные кредиты. действующие преференции не дают нужного эффекта. В результате кооперативам приходится работать в тех же условиях, что и другим сельхозпроизводителям. Следовательно, кооперация, смысл которой получение экономической выгоды, потеряла смысл.

В Республике Саха (Якутия) в 2002 году была принята «Президентская Программа социально-экономического развития села Республики Саха (Якутия) на 2002—2006 гг.». 22 декабря 2005 г., в ходе совещания рабочей комиссии по подготовке проекта рекомендаций парламентских слушаний: «О ходе реализации Президентской программы социально-экономического развития села Республики Саха (Якутия) на 2002—2006 гг.» было решено, что данная программа будет продолжена [7]. В июле 2007 года была утверждена «Президентская программа социально-экономического развития села Республики Саха (Якутия) на 2007 — 2011 гг.». Общий объем финансирования мероприятий в рамках подпрограммы «Развитие сельскохозяйственной кооперации на 2007 — 2011» годы составил 401,1 млн. руб., в том числе: из федерального бюджета — 171,8 млн. руб., из бюджета Республики Саха (Якутия) — 229,3 млн. рублей.

Из приведенных данных можно прийти к выводу о том, что развитие сельского хозяйства, а в частности кооперации, во многом зависит от мер, предпринимаемых региональным правлением и от принятой политики развития аграрного сектора.

За время действия программы «Создание и развитие многоуровневой системы сельскохозяйственной потребительской кооперации в Алтайском крае на 2009—2012 годы» было создано чуть более десятка различных кооперативов, среди которых есть снабженческие, кредитные, а также один обслуживающий кооператив, ориентированный на сферу сельского туризма. Всего в регионе к 2010 году было зарегистрировано 55 кооперативов. Следует отметить, что поддержку по действующей целевой программе получают лишь те, кто занимается закупом молока у населения и его реализацией. Другие формы кооперативов претендуют на субсидии по федеральной программе поддержки АПК [2].

По данным проведенного мониторинга лидирующих регионов в 2010 году по развитию сельскохозяйственной потребительской кооперации наибольшее количество вновь созданных и работающих кооперативов приходится на Республику Саха (Якутия), что составляет 329 кооперативов [7]. По словам Дмитрия Федосеевича Наумова, Заслуженного работника народного хозяйства РС(Я), главы постоянного комитета Госсобрания (Ил Тумэн) Республики Саха (Якутия) по аграрной политике и селу, сельское хозяйство менять сложно, особенно когда люди почувствовали вкус собственности [8]. Тем не менее, данные по числу вновь зарегистрированных кооперативов показывают, что в Якутии достигнуты высокие результаты в этом направлении.

Главным подспорьем в развитии сельскохозяйственной кооперации послужила хорошая законодательная база.

В Алтайском крае люди неохотно объединяют свои усилия и поэтому число кооперативов не так велико, в Якутии же их количество в 6 раз выше и люди начинают привыкать к новому укладу и нормально работать. Из-за того что на Алтае не столь выгодна кооперация сельского хозяйства, люди предпочитают вести свое дело в роли обычных сельхозпроизводителей.

Необходимо отметить, что развитие кооперации происходит в том случае, когда есть смысл объединять свои усилия для получения выгод. Ввиду того, что на севере тяжелые условия ведения сельского хозяйства, в республике Саха (Якутия) отдельный аграрный производитель не может самостоятельно существовать и развиваться. Поэтому кооперация в Якутии получила широкое распространение. В Алтайском крае намного более благоприятные условия для ведения сельского хозяйства и поэтому фермеры не столь остро нуждаются в осуществлении кооперации хозяйств. Главными критериями для роста числа кооперативов являются климатические условия и законодательная база страны и региона, в частности работа местного правительства по направлению развития кооперации, а также желание самих сельских тружеников.

Список литературы:

1. Алтайский край в цифрах//altairegion22.ru: Официальный сайт Алтайского края. [Барнаул, 2008]. . [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://altairegion22.ru/territory/altnumber/1/> (дата обращения 10.04.2012)
2. Алтай: Жители районов не спешат объединяться в сельскохозяйственные кооперативы //selcoop.ru: инф-й портал «Сельскохозяйственная кооперация». М., 2009. . [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://selcoop.ru/information/rf-experience/114/> (дата обращения 16.03.2012)
3. Бюллетень "Основные показатели сельского хозяйства в России в 2011 году"//gks.ru: сайт федеральной службы государственной статистики. М., 2005. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/publishing/catalog/statisticJournals/doc_140096652250 (дата обращения 14.01.2012)
4. В Алтайском крае реализуется 7 целевых программ по развитию сельского хозяйства//www.agroobzor.ru: интернет портал «Ежедневное аграрное обозрение». М., 2008. . [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://agroobzor.ru/news/a-12763.html> (дата обращения 10.04.2012)
5. Дарбасов В.Р., Егоров Е.Г., Соловьев Е.П. Основы развития кооперации: Теория, опыт, проблемы. Новосибирск: Изд-во Наука, 2000. — 217 с.

6. Сельскохозяйственные кооперативы//BOOKZIE.COM: сайт «Юридическая библиотека». . [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://bookzie.com/book_14_glava_28_Glava_5_GRAZHDANSKOE_PRAV_O.html (дата обращения 14.01.2012)
7. Тумусова К. Состояние и перспективы развития сельскохозяйственных потребительских кооперативов Республики Саха (Якутия)//creditcoop.ru: сайт «Кредитная кооперация Чувашии». Чебоксары. 2004. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.creditcoop.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=753 (дата обращения 17.04.2012.)
8. Якутия всегда поддерживает селян//сост. Колбасина М.; Парламентская газета на Дальнем Востоке. Владивосток, 2009. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.parldv.ru/index.php?mod=art_show&id_art=1030 (дата обращения 12.04.2012)

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК СПОСОБ ОЦЕНКИ ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

Скачков Роман Анатольевич

ассистент кафедры «Туризм и социально-культурный сервис»

НИУ «БелГУ»,

г. Белгород

E-mail: wolfsnow@list.ru

Соболева Яна Олеговна

студент кафедры «Туризм и социально-культурный сервис» НИУ

«БелГУ»,

г. Белгород

E-mail: Soboleva-Yana13@yandex.ru

При поддержке гранта ВКАС-62-12

В настоящее время туризм и туристская индустрия становятся одним из приоритетных направлений развития регионов России, что способствует формированию положительного имиджа страны в целом. Многие территории рассматривают туристский бизнес как один из

главных источников получения значительных финансовых поступлений в региональный бюджет, поэтому зачастую конкурируют между собой за потенциальных клиентов.

Полноценная, комплексная оценка внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на туризм, мониторинг состояния туристского рынка, а также исследование, учет и анализ регионального туристско-рекреационного потенциала позволят сформировать комплекс методов для развития туристских возможностей регионов России и страны в целом.

Исследуя различные определения понятия «рекреация», мы пришли к выводу, что в настоящее время под рекреацией понимается отдых людей, связанный с восстановлением сил и укреплением здоровья, развитием личностных качеств, в основном, используя природные факторы определенных территорий, обладающих в достаточной степени рекреационными ресурсами. В свою очередь, рекреационные ресурсы — это совокупность природных и культурно-исторических компонентов, которые находятся на определенной территории, а также изменяются с течением времени, и могут быть использованы в целях рекреации и туризма. Следовательно, можно говорить о том, что рекреационные ресурсы лежат в основе туристско-рекреационного потенциала региона — основополагающего фактора развития туристской отрасли в регионах страны.

Туристско-рекреационный потенциал понимается как совокупность природных, культурно-исторических, социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории [2]. На наш взгляд, одним из эффективных способов оценки туристско-рекреационного потенциала региона являются маркетинговые исследования, направленные на выявление состояния туристского потенциала в регионе, интересов и предпочтений потребителей, эффективное ведение бизнеса и др.

Маркетинговые исследования, проводимые в туризме, обеспечивают информационную базу для принятия управленческих решений и позволяют выявить проблемы, причины их возникновения и возможные пути решения, будущие тенденции на туристском рынке [1].

Следует помнить, что туризм — явление особое, а все туристские услуги обладают своими особенностями. Неосвязаемость услуг, сезонность, невозможность хранения, несовпадения продажи услуг и их потребления, преодоление расстояния для потребления услуги, привязанность к месту — основные отличительные характеристики, о которых следует помнить при оказании туристских услуг, а также

во время разработки плана маркетингового исследования и непосредственного его проведения.

Результаты маркетингового исследования позволяют проанализировать и определить влияние туристской индустрии на социально-экономическое развитие региона, в частности, Белгородской области. Кроме того, становится возможным выявление главных проблем, для решения которых будут разработаны и реализованы специализированные программы развития туристской индустрии в регионе местных органов власти.

Белгородская область, образованная в 1954 году, является одним из самых молодых регионов России и занимает небольшую площадь — 27 тыс. км² (0,2 % от территории России), богатое культурно-историческое наследие в сочетании с живописными ландшафтами и природным потенциалом по праву делают её привлекательной для туристов. Культурное наследие Белгородской области формировалось в результате взаимодействия разнообразных природных, этнокультурных и исторических факторов. В целом среди памятников природного и культурного наследия можно выделить: памятники археологии, гражданской и ландшафтной архитектуры, исторические города и поселения, объекты народного промысла и ремесла, музеи, театры и пр. [2].

Белгородчина граничит с Украиной, имеет развитую систему транспортного сообщения, связи и телекоммуникаций, международный аэропорт. На территории Белгородской области находится под охраной государства 2131 объект культурного наследия, 35 из них являются памятниками федерального значения. Музейная сеть представлена 40 государственными учреждениями, совокупный фонд которых составляет сегодня более 460 тыс. предметов хранения. Их количество ежегодно увеличивается в среднем на 4 %. Только за 2011 год с музейными экспонатами ознакомилось более 670 тыс. человек [3].

Немаловажное значение в туристской инфраструктуре имеют гостиницы и аналогичные средства размещения (мини-гостиницы, турбазы, кемпинги, детские лагеря, гостевые дома). Если в 2009 году их было 66 единиц, то в 2011 количественный показатель увеличился до 110. В настоящее время в области функционирует более 50 гостиниц, 8 санаториев, 3 санатория-профилактория, 13 баз отдыха, 8 гостевых домов [3].

Обладея уникальными объектами туризма, Белгородская область может стать регионом с развитой туристской инфраструктурой и популярными видами туризма. Например, в настоящее время большое развитие получил сельский туризм, поддержка которого ведется с помощью долгосрочной целевой программы «Развитие сельского

туризма в Белгородской области на 2011-2013 годы». Однако не стоит забывать и о других направлениях: экологический, рекреационный, военно-исторический, оздоровительный, религиозный, деловой туризм, которые должны развиваться на Белгородчине.

Развитие белгородского региона осуществляется в рамках Стратегии социально-экономического развития Белгородской области от 2010 г. на период до 2025 г., согласно которой формируются «территориально-отраслевые кластеры». На рисунке 1 представлен туристско-рекреационный кластер, в соответствии с которым будет сформирован бренд Белгородской области.



Рисунок 1. Туристско-рекреационный кластер Белгородчины [4]

Говоря о Белгородской области как объекте туризма в целом, мы хотим уделить внимание муниципальным районам в частности, располагающим потенциалом развития индустрии туризма, и в совокупности формирующим положительный имидж региона. По нашему мнению, наиболее перспективными являются следующие опорные туристские зоны: г. Белгород, Белгородский, Прохоровский, Грайворонский и Борисовский районы, т. к. другие опорные зоны

уже достаточно развиты.

Маркетинговые исследования в сфере туризма проводятся по схеме, имеющей определенный набор действий, однако в зависимости от поставленных задач в нее вносятся коррективы. На рисунке 2 мы представили общую схему для проведения маркетингового исследования туристского рынка в регионе.

Таким образом, проведение маркетинговых исследований позволяет не только выявить туристско-рекреационный потенциал Белгородской области, но и оценить туристскую привлекательность региона, выделить основные опорные зоны развития туризма в регионе и сформировать комплекс мероприятий, необходимых для интенсивного развития туристской отрасли.



Рисунок 2. Схема проведения маркетинговых исследований в сфере туризма

Список литературы:

1. Нечипоренко В. Особенности маркетинговых исследований в туризме// Маркетинг Про. 2005. № 6. [электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/tourism.htm>

2. Петин А.Н. Оценка рекреационного потенциала староосвоенного региона (на примере Белгородской области). Белгород: Изд. БелГУ, 2010.— 168 с.
3. Перспективы развития в 2012 году туристической отрасли в Белгородской области / Департамент экономического развития Белгородской области [электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.derbo.ru/news/2012/yanvar1/perspektivy-i-razvitiya-v-2012-godu-turisticheskoy-otrasli-v-belgorodskoj-oblasti>
4. Стратегия социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года : постановление правительства Белгородской области : от 25 янв. 2010 года № 27-пп // Департамент экономического развития Белгородской области [электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.derbo.ru/>

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ОБЪЕКТЫ ЖКХ

Тальянов Сергей Юрьевич

*канд. экон. наук, докторант ФГБОУ ВПО «Ивановский
государственный химико-технологический университет»,
г. Иваново*

E-mail: eco-fin@mail.ru

Жилищно-коммунальное хозяйство включает в себя комплекс подотраслей, обеспечивающих функционирование инженерной инфраструктуры различных зданий населенных пунктов, создающих удобства и комфортность проживания и нахождения в них граждан путем предоставления им широкого спектра жилищно-коммунальных услуг. Указанный комплекс включает в себя такие подотрасли, как жилищное хозяйство, ресурсоснабжение, благоустройство населенных пунктов (дорожно-мостовое хозяйство, озеленение, санитарная очистка и утилизация отходов) и бытовое обслуживание (банно-прачечное хозяйство, гостиничное хозяйство, ритуальные услуги).

Являясь одной из самых крупных отраслей экономики России (на долю ЖКХ приходится около 25 % основных фондов страны, а коммунальная энергетика потребляет более 20 % электроэнергии и около 45 % тепловой энергии), состояние жилищно-коммунального хозяйства заслуженно привлекает к себе пристальное внимание руководства страны. При этом необходимо констатировать тот факт, что одной из главных проблем ЖКХ остаётся критический износ коммунальной инфраструктуры, обуславливающий высокую

аварийность и потери ресурсов. Моральный и физический износ основных средств ресурсоснабжающих организаций негативно влияет на эффективность деятельности всего комплекса подотраслей, формирующих ЖКХ, что влечёт за собой рост тарифов, сдерживающий, в конечном итоге, развитие экономики страны в целом. Решение указанной проблемы, лежит, прежде всего, в плоскости активизации инвестиционных процессов, связанных с модернизацией объектов ЖКХ. Немаловажен и тот факт, что реализация инвестиционных проектов в ЖКХ влечет за собой привлечение инвестиций в другие отрасли экономики (строительную, металлургическую, промышленность строительных материалов и т. д.).

С точки зрения управления в инвестиционном процессе традиционно выделяют такие этапы, как принятие решения об инвестировании, мобилизация финансовых ресурсов, размещение финансовых ресурсов в объектах инвестирования, эксплуатация и мониторинг инвестиций [2]. В указанном перечне этапов значимую роль играет мобилизация, предполагающая поиск доступных способов и источников финансирования инвестиций и вовлечение финансовых ресурсов в инвестиционный процесс.

Регулируемое тарифное ценообразование, предполагающее включение в тариф документально подтвержденных затрат предприятия и небольшой рентабельности, создаёт известные трудности для финансирования инвестиций в модернизацию объектов ЖКХ за счёт собственных средств. В основе установления тарифов в основном лежат затратные методы, согласно которым цены (тарифы) устанавливаются исходя из экономически обоснованной величины затрат, при этом если компания сокращает производственные затраты, то в следующем году регулятор обязан пропорционально уменьшить тариф. В результате, в своем нынешнем виде, система тарифного регулирования не предполагает никаких стимулов к модернизации производства, что в свою очередь сдерживает инвестиционную активность в сфере ЖКХ. В данной ситуации задача привлечения инвестиций в развитие жестко регулируемой отрасли ЖКХ может быть решена только с участием государства и муниципалитетов.

Изучение и анализ существующей практики показал, что основными способами финансирования инвестиций в ЖКХ являются:

- программно-целевое финансирование;
- частно-государственное партнёрство.

Программно-целевое финансирование осуществляется посредством разработки и реализации государственных целевых программ, которые представляют собой увязанный по ресурсам, исполнителям

и срокам осуществления комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, социально-экономических, организационных и других мероприятий, обеспечивающих эффективное решение целевых задач в области государственного, экономического и социального развития Российской Федерации [1].

Учитывая необходимость выработки системных решений, обеспечивающих через рост эффективности отраслей ЖКХ интенсификацию всей экономики страны и повышение благосостояния её населения, использование программно-целевого финансирования представляется наиболее эффективным способом решения существующих в данной отрасли проблем. В настоящее время к сфере финансирования ЖКХ имеют отношение следующие государственные программы:

- Федеральная целевая программа «Жилище»;
- Государственная программа «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на период до 2020 года»;
- Федеральная целевая программа «Развитие водохозяйственного комплекса Российской Федерации в 2012—2020 годах»;
- Федеральная целевая программа «Чистая вода»;
- Региональные адресные программы.

Федеральная целевая программа «Жилище» включает подпрограмму «Модернизация объектов коммунальной инфраструктуры». Целевая направленность входящих в неё мероприятий касается повышения эффективности, устойчивости и надежности функционирования жилищно-коммунальных систем жизнеобеспечения населения, привлечения инвестиций в жилищно-коммунальный комплекс. Общий объем финансирования подпрограммы в 2011—2015 гг. составляет 34824,61 млн. рублей, в том числе средства федерального бюджета — 15615,51 млн. рублей, средства бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов — 19209,1 млн. рублей.

Также финансирование инвестиций в ЖКХ осуществляется посредством государственной программы Российской Федерации «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на период до 2020 г.», которая относительно вопросов модернизации ЖКХ включает подпрограммы «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности в теплоснабжении и системах коммунальной инфраструктуры», «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности в жилищном фонде».

В части мероприятий, имеющих отношение к сфере ЖКХ, Федеральная целевая программа «Развитие водохозяйственного комплекса Российской Федерации в 2012—2020 годах» направлена

на повышение рациональности использования водных ресурсов, повышение эксплуатационной надежности гидротехнических сооружений, строительство (реконструкцию) комплексов очистных сооружений и систем оборотного и повторно-последовательного водоснабжения. К сфере финансирования инвестиций в объекты водоснабжения и водоотведения относится и федеральная целевая программа «Чистая вода», среди задач которой указана модернизация систем водоснабжения, водоотведения и очистки сточных вод посредством поддержки соответствующих региональных программ субъектов Российской Федерации. Данная программа предполагает выделение 9 млрд. руб. из средств федерального бюджета и 9 млрд. руб. из средств бюджетов субъектов Федерации. При этом объем средств, привлеченных из внебюджетных источников, составляет 313,8 млрд. руб.

Формирование и реализация целевых программ позволяет объединить отдельные мероприятия и добиться мультипликативного эффекта, выраженного в развитии и модернизации объектов ЖКХ, эффективном использовании коммунальных ресурсов, создании благоприятного инвестиционного климата и совершенствовании институциональной среды жилищно-коммунального хозяйства.

Несмотря на то, что формирование целевых программ возможно не только на федеральном, но и на региональном и местном уровнях, финансовые возможности региональных и местных бюджетов не позволяют эффективно решить задачу финансирования мероприятий по модернизации ЖКХ. В связи с чем, бюджетное финансирование мероприятий в рамках программ осуществляется посредством предоставления субсидий бюджетам субъектов Российской Федерации.

Целевое финансирование региональных адресных программ модернизации ЖКХ осуществляется при участии Государственной корпорации «Фонд содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства», предоставляющей средства для финансирования региональных адресных программ. Однако Фонд действует до 1 января 2013 года и подлежит ликвидации. На 16.01.2012 в программах Фонда содействия реформированию ЖКХ участвует 81 субъект Российской Федерации. Общий объем осваиваемых средств — 365,6 млрд. рублей, из них средства Фонда — 288,7 млрд. рублей и софинансирование субъектов РФ — 76,9 млрд. рублей.

Несмотря на существенные особенности финансового обеспечения различных государственных программ, общим трендом для них является ориентация на активное привлечение внебюджетных

источников финансирования. В качестве одного из важнейших механизмов привлечения частного капитала для решения социально-экономических проблем рассматривается государственно-частное партнерство (ГЧП). Существующее законодательство позволяет реализовывать государственно-частное партнерство с учетом тарифного регулирования и специфики коммунальной отрасли.

В идеале ГЧП выгодно и частным компаниям, которые извлекают доход от инвестиций, и государству, поскольку проекты ГЧП имеют значительный социальный эффект при одновременной экономии бюджетных средств и направлены на реализацию публичных интересов. Частные инвесторы заинтересованы в том, чтобы включать объекты коммунальной инфраструктуры в свой бизнес, поскольку это означает, в частности, стабильность их деятельности и возможность получения небольшого, но гарантированного дохода в течение длительного периода времени при условии квалифицированного управления инвестициями. Основное преимущество моделей ГЧП для государства состоит в возможности продуктивного использования существующего потенциала частных инвестиций в реконструкцию, модернизацию и развитие коммунальной инфраструктуры, что должно гарантироваться правовой и организационной устойчивостью таких моделей.

Российским законодательством предусмотрено несколько различных инструментов ГЧП, а именно:

- концессионные соглашения;
- аренда с инвестиционными обязательствами;
- приватизационно-инвестиционная модель сотрудничества.

Согласно федеральному закону [3] концессионное соглашение является договором между органом государственной власти и негосударственным хозяйствующим субъектом, согласно которому частный инвестор наделяется правом управления государственным или муниципальным имуществом. В данном договоре устанавливается размер концессионной платы за использование имущества и дополнительные условия, по которым инвестор должен построить новый объект или модернизировать существующий и передать его в государственную или муниципальную собственность в предусмотренный договором срок.

Самой популярной моделью ГЧП в коммунальной отрасли можно назвать арендную модель, так как ею пользуется подавляющее большинство операторов коммунальной инфраструктуры как федерального, так и регионального уровня. В рамках этой модели частный оператор заключает договор аренды муниципального имущества систем коммунальной инфраструктуры с администрацией

соответствующего муниципального образования. Такой договор может предполагать реализацию определенной инвестиционной программы в отношении соответствующих объектов коммунальной сферы.

Приватизационно-инвестиционная модель ГЧП в сфере коммунальной инфраструктуры является одной из самых длительных с учетом двухэтапности ее реализации. В данной модели, эксплуатацию систем коммунальной инфраструктуры осуществляют муниципальные унитарные предприятия, приватизация которых возможна только в форме преобразования их в открытые акционерные общества.

Использование соответствующих механизмов ГЧП создаёт благоприятные условия для привлечения внешнего финансирования инвестиций в объекты ЖКХ как на безвозвратной (получаемые в той или иной форме бюджетные субсидии), так и на возвратной основе (кредиты финансовых институтов развития).

Таким образом, особенности инвестиций в сфере ЖКХ является главенствующая роль государства, либо непосредственно участвующего в финансировании таких инвестиций посредством реализации государственных целевых программ, либо выступающего участником той или иной модели государственно-частного партнёрства.

Список литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: федеральный закон от 31.07.1998 г. № 145-ФЗ // СПС Консультант Плюс: [Электронный ресурс]/ Компания «Консультант Плюс»
2. Инвестиции: Учебник / под ред. В.В. Ковалёва, В.В. Иванова, В.А. Лялина. — М.: ООО «ТК Велби», 2003 . — 440 с.
3. О концессионных соглашениях: федеральный закон от 21.07. 2005 г. № 115-ФЗ // СПС Консультант Плюс: [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс».

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Халитова Лариса Рафиковна

канд. экон. наук, ст. препод., БашГАУ, г. Уфа

E-mail: laurakam@rambler.ru

В управлении региональным хозяйством существуют множество нерешенных вопросов, среди которых наиболее актуальными являются проблемы, связанные с внедрением инновационных систем в производство, обучением высококвалифицированных работников, привлечением инвесторов для поддержания жизнедеятельности предприятия и др.

Так в проекте стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 года предусмотрен комплекс мероприятий, обеспечивающих переход страны к инновационной экономике, направленных на повышение результативности научно-исследовательских организаций и на создание благоприятных условий для развития инновационного бизнеса.

Практическое выполнение стратегии инновационного развития страны во многом зависит от эффективности управления хозяйством по внедрению региональных инновационных процессов и информации, получаемой руководителями в ходе регулярно проводимого мониторинга.

Прежде чем внедрять инновационные системы в управление необходимо провести анализ мониторинга на основе системы показателей, которая используется в методике, предложенной Ченом и Далманом [3; 4]. На наш взгляд система показателей структурирована в соответствии с функциональными блоками макромоделей инновационной системы, адаптирована к региональным условиям и представлена в таблице 1.

Для обеспечения максимальной объективности и сравнимости получаемых результатов при характеристике каждого из перечисленных функциональных блоков должна быть использована информация из официальных статистических источников [1].

Таблица 1.

Основные показатели анализа инновационной системы

Функциональные блоки	Показатели
Экономический	ВРП на душу населения
	Индекс промышленного производства
	Рентабельность активов предприятий добывающей, обрабатывающей отраслей
	Рентабельность проданных товаров
	Использования трудовых ресурсов
	Платежеспособность юридических лиц
	Число кредитных организаций
	Уровень банковской активности
	Эффективность банковской деятельности
	Уровень потребительской обеспеченности
Научно-инновационный	Уровень доверия населения к кредитным организациям
	Эффективность подготовки научных кадров
	Количество организаций, выполнявших исследования и разработки
	Удельный вес исследователей в исследовательских организациях
	Уровень научной квалификации исследователей
	Соотношение затрат на прикладные и фундаментальные исследования
	Удельные веса внутренних текущих затрат на заработную плату, оборудование
	Качество изобретательской деятельности
	Инновационная активность
	Окупаемость новых технологий
Образовательный	Насыщенность рынка инновационными товарами, работами и услугами
	Увеличение уровня образованности
	Количество специалистов, окончивших одно учебное заведение начального профессионального образования
	Количество специалистов, окончивших одно среднее специальное учебное заведение
	Количество специалистов, окончивших одно высшее учебное заведение
	Количество специалистов, окончивших одно высшее учебное заведение
	Соотношение суммарного количества специалистов Количество средних общеобразовательных учреждений, учреждений начального профессионального образования, высших учебных заведений на 1000 человек населения

Информационно-коммуникативный	Количество компьютеров на 100 работников
	Затраты на ИКТ на душу населения
	Соотношение внутренних текущих затрат на исследования и затрат на ИКТ
	Удельный вес организаций, использовавших персональные компьютеры
	Удельный вес организаций, использовавших ЭВМ других типов
	Удельный вес организаций, использовавших специальные программные средства для проектирования и для научных исследований

С помощью представленных показателей удобно определять не только динамику инновационных процессов, но и диспропорции инновационного развития территориальных образований (регионов, федеральных округов, муниципальных образований и т. д.) путем сравнения в них интенсивности и масштабов инновационных процессов.

Если проведем мониторинг, то заметим, что в Республике Башкортостан будет наблюдаться непостоянство тренда инновационного развития и не значительная положительная динамика развития. Это означает, что внедрение инновационных систем находится лишь на своем начальном этапе.

Однако, проводимые в настоящее время отдельные государственные, так называемые, «национальные проекты» научно и системно не разработаны, не взаимосвязаны, поэтому не ведут к повышению социально-экономического результата — качества жизни и здоровья населения [2, с. 349]. В Российской Федерации, в том числе и в Республике Башкортостан сформировались такие условия, что его количественные и качественные параметры постоянно снижаются.

Для совершенствования управления хозяйством необходимо разработать новые проекты по обучению своих сотрудников, планы по финансовому оздоровлению предприятий, обновить оборудование, обогащать научную и профессиональную базы, активно привлекать и сотрудничать с инвесторами и др. При этом руководству следует применять действенные организационно-экономические инструменты и достижения научно-технического прогресса в полном объеме.

Так, в результате освоения современных ресурсо- и энергосберегающих технологий можно получить качественные изменения: экономию ресурсов (горючего, удобрений, трудовых затрат, времени, снижение амортизационных расходов); повышение рентабельности регионального хозяйства; сохранение и восстановление плодородности слоя почвы (улучшение его химических, физических и биологических качество, увеличение содержания органического вещества в почве),

заметное снижение или устранение эрозии почв, снижение зависимости урожая от погодных условий, увеличения урожайности культур.

На сегодняшний день стоит острая необходимость в создании и сохранении рабочих мест. В связи с этим нами предлагаются следующие направления: повышение эффективности сельскохозяйственного производства, развитие малого и среднего сельскохозяйственного предпринимательства, наращивание и модернизация рабочих мест на объектах инфраструктуры, развитие социальной ответственности бизнеса на предприятиях АПК. Интенсификация социального развития региона на основе стимулирования предпринимательства позволит укрепить собственную экономическую базу, создать среду для активного хозяйствования и привлечения на территорию средств для решения социальных проблем. Заниженная оценка стоимости рабочей силы, недостаточная и эффективная социальная защита работников сельского хозяйства — далеко не полный перечень проблем, требующих принятия управленческих решений. При этом на выбор того или иного решения будут влиять различные факторы и условия (стратегия развития, форма собственности предприятия, характер полученного образования, способ его финансирования, профиль организации, служба занятости, которая занималась трудоустройством данного работника).

Устойчивое развитие региональных территорий и повышение качества их управления достижимо посредством использования следующих инструментов: правового, научного, кадрового, финансового обеспечений; стратегического планирования социально-экономического развития регионального образования; кредитной кооперации; организации профессиональной переподготовки и повышении квалификации кадров; организации производства и труда.

По мнению многих ученых, о перспективе региона можно говорить лишь тогда, когда приток средств в этот регион больше, чем отток. Приток капитала в регион происходит в том случае, если муниципалитет располагает на своей территории промышленностью, развитым сельским хозяйством или предприятиями сферы услуг, которые не только обеспечивают местный рынок, но и имеют спрос на продукцию (услуги) за пределами муниципалитета. Этот эффект усиливается, если регион независим от импорта.

Таким образом, реализация вышерассмотренных направлений по управлению региональным хозяйством позволит повысить занятость и уровень жизни населения, конкурентоспособность отечественной сельскохозяйственной продукции на основе финансовой устойчивости

и модернизации сельского хозяйства; сохранить воспроизводство используемых ресурсов.

Список литературы:

1. Республика Башкортостан и отдельные субъекты Российской Федерации: статистическое обозрение / Башкортостанстат. Уфа, 2012. — 95 с.
2. Социально-экономические проблемы модернизации современного общества. Коллективная монография / Под общей редакцией Н.Ф. Газизуллина, В.В. Ложко. СПб.: НПК «РОСТ», 2011. — 636 с.
3. Finland as a knowledge economy. Overview. Ed. Dahlman C.J., Routti J., Yla-Antilla P. // The World Bank. Washington DC, 2005.
4. Chen D.H.C., Dahlman C.J. The knowledge economy, the KAM methodology and World Bank operations // The World Bank. Washington DC, 2005.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

Щербак Андрей Викторович

экономист, ООО «Технополис-1», г. Киев

E-mail: Shcherbak_A@i.ua

Оценка целесообразности инвестирования в конкретную отрасль страны предполагает в первую очередь анализ динамики роста основных социально-экономических показателей этой отрасли. Учитывая то, что объектом исследования в данной работе является машиностроительная отрасль Украины, а предметом исследования — ее инвестиционная привлекательность, целью этой статьи является анализ и оценка динамики инвестирования в машиностроительный комплекс украинской экономики. Одним из показателей, который позволяет проанализировать, насколько эффективными будут инвестиции в эту отрасль, является объем инвестирования в основной капитал (см. рис. 1).

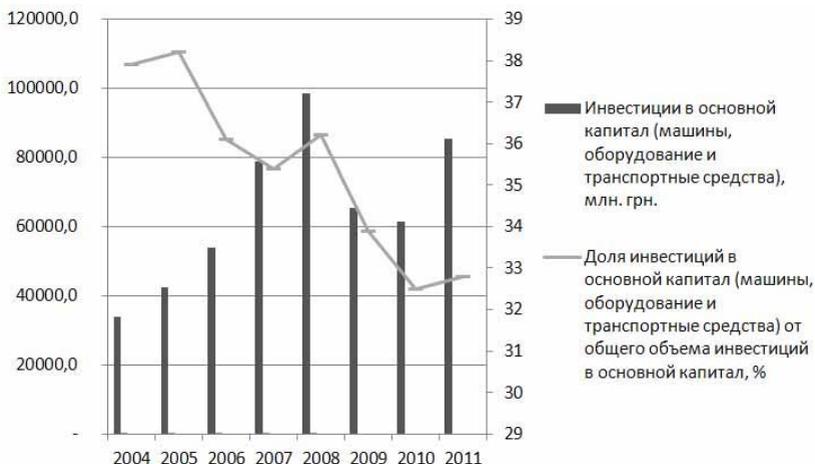


Рис.унок 1. Динамика инвестиций в основной капитал (машины, оборудование и транспортные средства) в 2004-2011 г.г., млн. грн. [1].

В соответствии с данными на рис. 1 наблюдается негативная динамика инвестирования в основной капитал в форме машин, оборудования и транспортных средств. Ситуация, которая сложилась в сфере инвестирования в машины, оборудование и транспортные средства является достаточно противоречивой, так как объем инвестирования на протяжении анализируемого периода увеличивается, но удельный вес инвестиций в продукцию машиностроительной отрасли в общем объеме инвестиций в основной капитал постоянно снижается. Падение последнего показателя говорит о том, что объемы инвестирования в другие сферы экономики Украины увеличиваются большими темпами по сравнению с машиностроением. В таком случае следует констатировать незначительное ухудшение инвестиционной привлекательности машиностроительной отрасли экономики Украины в последние годы анализируемого периода, даже несмотря на некоторое улучшение ситуации в 2011-м году.

Индексы промышленной продукции и продукции машиностроительного комплекса также являются индикаторами результативности вложений в экономику Украины (см. рис. 2).

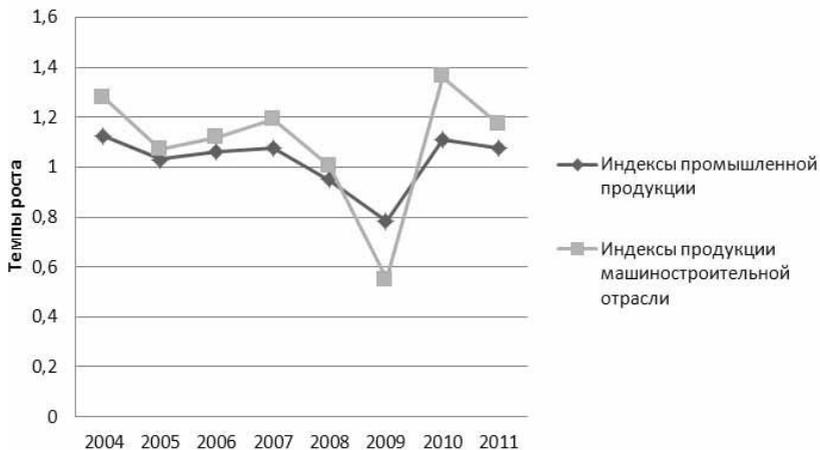


Рисунок 2. Индексы промышленной продукции и индексы продукции машиностроительной отрасли Украины в 2004—2011 г.г. [1].

В соответствии с данными на рис. 2 на протяжении анализированного периода наблюдается высокая степень корреляции между индексами промышленной продукции и индексами продукции машиностроения. Результаты сравнения индексов промышленной продукции и индексов продукции машиностроительной отрасли за 2004—2011 года говорят о том, что машиностроительная отрасль на протяжении указанного выше периода стабильно развивалась, а в 2004—2008 годах и в 2010—2011-м годах показатели производства были даже лучше, чем по промышленности в целом. Такая ситуация свидетельствует о том, что инвестирование (в том числе и государством) в машиностроительный комплекс может быть выгодным, поскольку его продукция имеет стабильный спрос среди украинских потребителей, а потенциал отрасли машиностроения является достаточно высоким. Это подтверждают и статистические данные относительно динамики объемов реализованной продукции предприятий машиностроительной отрасли Украины на протяжении 2004—2011 годов (см. рис. 3).

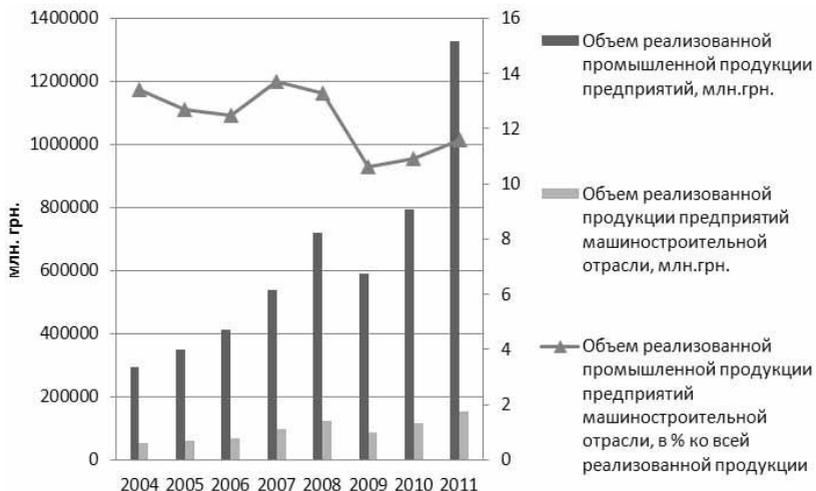


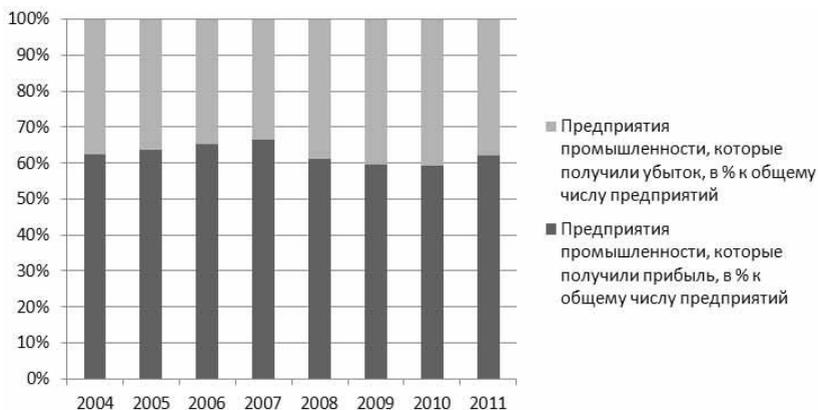
Рисунок 3. Динамика объема реализованной продукции предприятий машиностроительной отрасли Украины за 2004—2011 г.г., млн. грн. [1]

Характеризуя показатели динамики объема реализованной промышленной продукции на рис. 3, следует отметить несколько изменчивую динамику объемов реализации продукции машиностроительной отрасли при сравнении ее со всей промышленностью Украины. Данные свидетельствуют о том, что по сравнению с показателями по промышленности увеличение спроса на продукцию машиностроения не является таким значительным.

Если же принять во внимание экспортный потенциал машиностроительной отрасли, то следует отметить низкую конкурентоспособность украинской продукции на внешних рынках. В этой отрасли в больших масштабах продолжают использоваться характерные для советской экономики затратные технологии, что ведет к увеличению ресурсоемкости ее продукции и препятствует сокращению затрат производства и выпуску инновационной продукции в других отраслях экономики [2]. Государство должно оказывать заметное влияние на возрождение производства и повышение наукоемкости продукции машиностроительного комплекса, поскольку Украине необходимо комплексное формирование и поэтапная реализация национальной стратегии развития машиностроительной отрасли и обеспечение соответствующего уровня ее конкурентоспособности на международных рынках [3].

Оценка инвестиционной привлекательности машиностроительной отрасли будет неполной без исследования рентабельности операционной деятельности предприятий этой отрасли. На протяжении 3-х последних лет этот показатель был неизменным и составлял 4,73 % [1]. Если сравнивать уровень рентабельности машиностроительной отрасли со ставкой банковского депозита, то частному инвестору, который не является толерантным к риску, не следует вкладывать средства в эту сферу экономики.

Сравнение соотношения прибыльных и убыточных предприятий в машиностроительной отрасли и промышленности также позволит оценить уровень рентабельности в этой отрасли. Динамику структуры предприятий промышленности и машиностроительной отрасли Украины по уровню рентабельности на протяжении 2004-2011 годов можно изобразить графически (см. рис. 4 и рис. 5).



Рисуноу 4. Динамика структуры предприятий промышленности Украины по уровню рентабельности на протяжении 2004-2011 г.г., % [1].

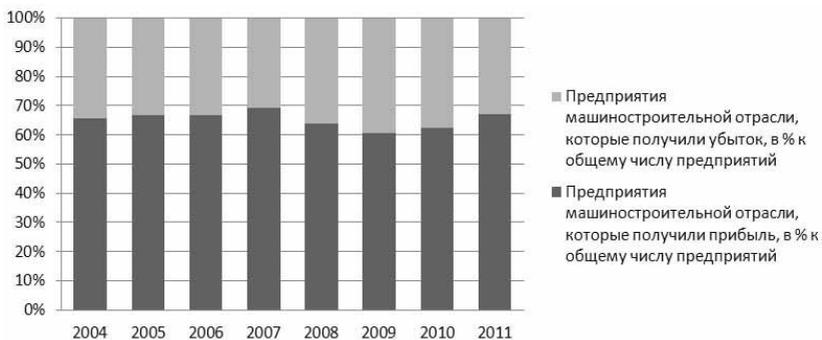


Рисунок 5. Динамика структуры предприятий машиностроительной отрасли Украины по уровню рентабельности на протяжении 2004—2011 г.г., % [1].

Исходя из данных, изображенных на рис. 4 и рис. 5, среди предприятий машиностроительной отрасли больше прибыльных предприятий, чем убыточных. Превышение числа прибыльных предприятий над убыточными является позитивной тенденцией и указывает на то, что машиностроительные предприятия имеют удовлетворительное финансово-имущественное состояние и могут быть сосредоточены на активизации инвестиционной деятельности.

Таким образом, инвестиционная привлекательность предприятий машиностроительной отрасли украинской экономики является низкой в связи с тем, что: а) объемы инвестирования в другие сферы экономики Украины увеличиваются большими темпами по сравнению с машиностроительной отраслью; б) увеличение спроса на продукцию машиностроительной отрасли по сравнению с темпами увеличения объемов реализации продукции в среднем по промышленности не является таким значительным; в) уровень конкурентоспособности продукции машиностроительной отрасли на международных рынках является достаточно низким; г) операционная рентабельность в рамках отрасли является неудовлетворительной.

В связи с этим украинское государство должно создать необходимые условия для повышения инвестиционной привлекательности собственного машиностроительного комплекса. В частности, проанализировать существующие инвестиционные возможности относительно вложения средств в эту отрасль и принимать соответствующие инвестиционные решения. Адекватный инвестиционный выбор среди списка инвестиционных альтернатив, которые относятся к этой сфере экономики, позволит улучшить

социально-экономическое состояние в машиностроительной отрасли Украины, что в свою очередь увеличит ее инвестиционную привлекательность.

Список литературы:

1. Государственная служба статистики Украины [электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата обращения: 22.07.2012).
2. Дзюба М.І. Аналіз стану машинобудівних підприємств України на зовнішніх та внутрішніх ринках [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://mev-hnu.at.ua/load/1_formuvannja_ta_ocinka_efektivnosti_funkcionuvannja_mekhanizmiv_upravlinnja_dijalnistju_pidpriemstv/2-1-0-91.
3. Ясінська В.М. Вектори стратегічного управління у машинобудівній галузі України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/27_NNM_2011/Economics/9_93551.doc.htm.

ПРИОРИТЕТНЫЕ ОТРАСЛИ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА СЕВЕРНОГО РЕГИОНА ВИДЗЕМЕ В РЕГИОНАЛЬНОМ АСПЕКТЕ ЛАТВИИ

Айгарс Юдзис

*Мг оес., докторант, Экономический факультет ЛСУ,
г. Елгава, Латвия*

E-mail: aigars.judzis@gmail.com

Северный регион Видземе, благодаря своему выгодному географическому положению, что включает порты, железную дорогу, автотрассы, образованных специалистов и сравнительно низкую стоимость земли, является перспективным для развития отрасли народного хозяйства как первичного, так и вторичного. Выдвинутая автором гипотеза исследования — успешное развитие действующих предприятий на севере Видземе основывается на промышленной и сельскохозяйственной специализации. В последние годы ведущие предприятия в различных отраслях, несмотря на глобальную экономическую рецессию, смогли превосходно преодолеть трудности и, благодаря инвестициям в новые технологии, укрепить свои позиции как на местном рынке, так и за границей. Целью исследования являлось оценить показатели деятельности предприятий северного региона

Видземе и определить приоритетные отрасли народного хозяйства в региональном аспекте. С этой целью, автор, используя общепринятые методы исследования, определил крупнейшие в регионе предприятия отрасли, оценил показатели их деятельности в разрезе отрасли народного хозяйства и составил прогнозы дальнейшего развития.

Успешное предпринимательство является одним из главных условий развития рынка труда. Основанное на подробном анализе и изучении новейшей информации исследование может служить основанием для сбалансированного, планированного, согласованного, опирающегося на сотрудничество предпринимательства для развития среды, что, в свою очередь, способствует занятости и благополучию.

Целью исследования является изучение и проведение анализа данных о среде предпринимательства северного региона Видземе, динамике развития местных предприятий в крупнейших городах и в регионе в целом. Полученные данные и анализ могут найти применение в планировании регионального развития, таким образом делая вклад в развитие не только городов и региона, но и всего государства. Прирост активности и развитие предпринимательской деятельности возможны только в благоприятной для этого, стимулирующей среде. В результате возникает прирост занятости, повышается качество жизни, что также повышает стандарты жизни. Благоприятная для предпринимательства среда лежит в основе социального прогресса всякого рода, включая доступные, безопасные и хорошие школы, чистый воздух и воду, качественное здравоохранение и минимальный уровень преступности [1.].

Проблематичность исследования обусловлена многими экономическими и практическими условиями — конкурентоспособность работающих в северном регионе Видземе предприятий, учитывая различное географическое положение и природные условия латвийских регионов, промышленную и сельскохозяйственную специализацию, уровни и особенности интенсивности хозяйственного развития, различное расположение жителей, а также бытовые и культурные особенности, является одним из камней преткновения народного хозяйства страны.

В высказываниях и публикациях отраслевых экспертов и ученых экономики можно найти разные мнения, выводы или интерпретации о возможных направлениях деятельности, стимулирующих конкурентоспособное предпринимательство. Однако, учитывая современную, стремительно меняющуюся внешнюю среду, на которую невозможно повлиять иначе, чем подстраиваясь под нее, необходимо

регулярное обобщение информации и углубленный анализ данных в динамике о предпринимательской среде и факторах влияния, основанный на новейших, всеобъемлющих статистических данных на уровне конкретного района.

Для решения задач исследования использованы данные Lursoft, Регистра предприятий, Центрального статистического управления ЛР, а также интервью с экспертами отраслей и руководящими работниками указанных в исследовании предприятий.

Территория исследования определена по территориальному разделению Службы сельской поддержки (LAD) — северный регион Видземе, охватывающий территорию от Агатской области в южной части Видземе до Руйенской области на севере, а также от видземского берега Рижского залива до Смилтенской области включительно.

Использованные в работы методы: монографический, методы статистического анализа, отбора группировки и опроса.

Дискуссия и результаты исследования

Чтобы усовершенствовать реализацию политики сельского хозяйства в регионах и обеспечить предварительные мероприятия по развитию сельского хозяйства и деревень, в соответствии с 1 пунктом 15 статьи закона об устройстве Министерств, с 1 ноября 1999 года были ликвидированы находящиеся в подчинении Министерства Земледелия сельскохозяйственные департаменты в районах Цесиса, Лимбажи, Валки и Валмиеры. На их базе было создано государственное учреждение — региональное сельскохозяйственное управление северного региона Видземе — и отдано в подчинение министерству Земледелия.

Северный регион Видземе, благодаря своему выгодному географическому расположению, что включает в себя порты, железную дорогу, автотрассы А-класса, газопровод из России в Эстонию, образованных специалистов и сравнительно низкую стоимость земли, является перспективным регионом для развития промышленности [8].

Динамика числа экономически активных участников рынка в период с 2004 по 2008 год была неравномерной. С 2004 по 2008 год значительно увеличилось число индивидуальных коммерсантов (+347) и коммерческих обществ (+1051), однако существенно уменьшилось число крестьян и крестьянских хозяйств (-322), а также исполнителей хозяйственной деятельности (-620) [7.].

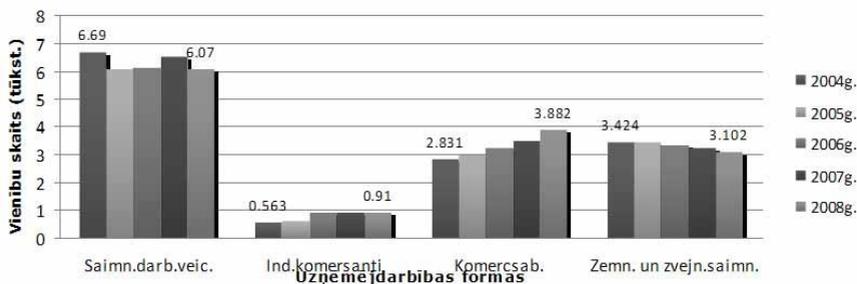


Рисунок 1. Численная динамика рыночных единиц

Источник: созданный автором, данные CSP

Подразделив предприятия на четыре группы, учитывая число работающих и оборот, распределение в 2008 году было следующим: 92.3 % микро, 6.4 % малых, 1.2 % средних и 0.1 % больших предприятий. Необходимо добавить, что и во всей стране в целом на долю больших предприятий приходится только 0.1 % [7.].

В отраслевом разрезе наибольшее число экономически активных предпринимательских обществ приходится на сельскохозяйственную, лесохозяйственную, охотничью и рыболовную отрасли, в которых также замечено наибольшее численное сокращение активных рыночных единиц в период с 2005 по 2008 год. Обрабатывающая промышленность является вторым видом деятельности, в котором число экономически активных участников рынка сокращается. В остальных видах деятельности число предприятий растет с каждым годом [9.].

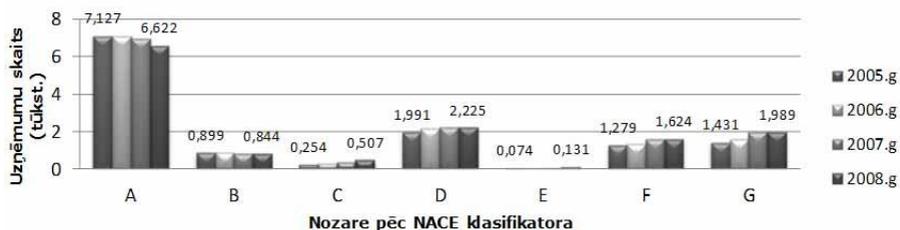


Рисунок 2. Численная динамика рыночных единиц в регионе по отраслям

Источник: созданный автором, данные CSP

А- Сельское хозяйство, лесное хозяйство, охотничий промысел, рыболовство;

В- Промышленность в целом;

С- Строительство;

Д- Оптовая и розничная торговля;

Е- Финансовое посредничество;

Ф- Государственное управление и охрана, обязательное социальное страхование; образование; здоровье и здравоохранение;

Г- Искусство, развлечения и отдых; Другие услуги.

В целом, число предпринимательских обществ в ВРП увеличилось на 7 % в период с 2004 по 2007 год, а в 2008 году уменьшилось на 3,6 % по отношению к 2007 году [7.].

В обрабатывающей промышленности достигается самая высокая добавленная стоимость в удельном весе добавленной стоимости в регионе, а также задействуется наибольшее число работников, поэтому опасно низкий удельный вес промышленных предприятий является существенным недостатком в экономике Латвии — 12 % от ВВП. Для сравнения, средний вклад промышленности ЕС в ВВП составляет 28%. Ведущими обрабатывающими отраслями в северном регионе Видземе являются производство продовольствия и напитков, лесопромышленность и производство неметаллических минеральных изделий. Отрасли, дающие наиболее высокую добавленную стоимость на одного работающего, включают химическую промышленность и смежные отрасли, производство неметаллических минеральных изделий и металлических изделий. Одной из сильнейших в регионе является продовольственная промышленность. В Видземе в целом и в северном регионе по сравнению с другими регионами планирования производится наибольшее количество молока — 24 % от общего количества молока в стране [4, с. 172].

Продовольственная промышленность в основном направлена на местный рынок. Это отрасль, в которой объем экспорта не превышает 30 % от произведенного, потому перемены в ней тесно связаны с переменами в розничной торговле продовольствием в общем. Усложняет ситуацию острая конкуренция, особенно с литовскими предприятиями [6, с. 70—85].

Признание получила инициатива образования продовольственного кластера Видземе, что в перспективе поспособствует более активному сотрудничеству, тем самым повысив конкурентоспособность предприятий в регионе и отрасли.

По сравнению с другими отраслями обрабатывающей промышленности, продовольственная промышленность до сих пор

действует в соответствии с условиями рецессии, предприятия продолжают осуществлять оптимизацию деятельности и производства, а также оптимизировать предложение продуктов соответственно покупательской способности населения на местном рынке.

Главным сырьем в развитии отрасли является сельскохозяйственная продукция, в производство которой вовлечены микро, малые и средние предприятия. Рост в данной отрасли увеличивает спрос в сельском хозяйстве — главном поставщике сырья, — а также в отраслях услуг (транспорт, логистика) [2, с. 24—38].

Анализируя экономическую активность в северном регионе Видземе, следует отметить, что традиционно во главе крупнейших предприятий этого региона находятся представители древесины и изделий из нее. Представители данной отрасли принесли латвийскому экспорту в 2010 году прирост в 30 %. Однако, поскольку реальный прирост цен на древесину был незначительным, следует отметить, что прирост экспорта преимущественно обеспечило увеличение в Латвии площадей вырубki леса. Именно благодаря деревообработке, в 2010 году в обрабатывающей промышленности также возросли объемы. Деревообработка вместе с лесоразработкой и розничной торговлей составляют 8 % в обороте 500 крупнейших (по обороту) предприятий Латвии [4, с. 140 — 141].

Лесное хозяйство является отраслью, в которой создается сырье для отраслей обрабатывающей промышленности с сильными экспортными возможностями: производства древесины, деревянных изделий и мебели. Большой удельный вес лесных земель (более 50 % от общей площади), поддержка фондов ЕС и государства в улучшении качества леса, облесении неиспользуемых в сельском хозяйстве земель и уходе за молодняком, являются обоснованными условиями для успешного развития лесохозяйственной отрасли в будущем. Такие побочные продукты, как ветки и малоценные деревья, являются дружественным среде и возобновляемым источником тепловой энергии. Использование местных ресурсов в производстве тепловой энергии обеспечивает дополнительные рабочие места населению, снижает зависимость производства энергии от импортных энергоресурсов и цен на них на мировом рынке [6, с. 74 — 89].

Таблица 1.

Лесные площади по древесным породам в регионах Латвии

Регион	2004 год				2008 год			
	Площадь (тыс. га)		Удельный вес площади (%)		Площадь (тыс. га)		Удельный вес площади (%)	
	Хвойные	Лиственные	Хвойные	Лиственные	Хвойные	Лиственные	Хвойные	Лиственные
Около Риги	283.1	196.1	10.1	7.0	265.8	277.9	8.4	8.8
Видземе	429.1	313.5	15.4	11.2	397.5	449.4	12.6	14.2
Курземе	441.1	244.4	15.8	8.8	401.2	340.1	12.7	10.8
Земгале	195.5	211	7.0	7.6	201.9	271.1	6.4	8.6
Латгале	211.3	265.3	7.6	9.5	187.2	370.4	5.9	11.7
Всего	1560.1	1230.3	55.9	44.1	1453.6	1708.9	46.0	54.0
Всего пород	-	2790.4	-	100.0	-	3162.5	-	100.0

Источник: созданный автором, данные CSP

И хотя многие предприятия отрасли в течение последних лет пережили V-образный сценарий со стремительным спадом и еще более стремительным подъемом, самым важным является долгосрочная стабильность. Скорее всего в будущем связь между производителем и индустриальным потребителем на рынке станет ближе и стабильнее. Успешно совмещая долгосрочную политику государства с инициативой предпринимателей, возможно вскоре получится развить производство продуктов переработки древесины.

В основе стабильности народного хозяйства лежит диверсификация. Поэтому для региона важно развивать нетрадиционные сельскохозяйственные отрасли, в которых возможно создать большой ряд нишевых продуктов. Такой рост будет способствовать развитию микро, малого и среднего предпринимательства, занятости населения сельских территорий, ухоженности среды, предложению местного сырья таким важным отраслям обрабатывающей промышленности, как производство древесины, изделий из дерева и мебели, продуктов питания и напитков, неметаллических минеральных изделий (строительные материалы, стеклянное волокно), а также развитию отрасли услуг (транспорт, хранение и логистика).

Кроме того, в регионе более низкая плотность населения на 1 км² по сравнению с другими регионами, которая продолжает снижаться с каждым годом. Стимулирование развития переработки сельскохозяйственной продукции является одним из факторов, способствующих тому, чтобы в деревнях оставалось население.

Выводы и предложения

1. Северный регион Видземе, благодаря своему выгодному географическому расположению, что включает в себя порты, железную дорогу, автотрассы А класса, газопровод из России в Эстонию, образованных специалистов и сравнительно низкую стоимость земли, является перспективным регионом для развития промышленности.

2. В отраслевом разрезе наибольшее число экономически активных предпринимательских обществ приходится на сельскохозяйственную, лесохозяйственную, охотничью и рыболовную отрасли.

3. В обрабатывающей промышленности достигается самая высокая добавленная стоимость в удельном весе добавленной стоимости в регионе, а также задействуется наибольшее число работников.

4. Большой удельный вес лесных земель, поддержка фондов ЕС и государства в улучшении качества леса, облесении неиспользуемых в сельском хозяйстве земель и уходе за молодняком, являются обоснованными условиями для успешного развития лесохозяйственной отрасли в будущем.

5. Все большее число предприятий северного региона Видземе готово больше кооперироваться в будущем, рассматривая перспективы в конкуренции посредством общего предложения на внутреннем и внешнем рынках, таким образом оптимизируя потребление ресурсов.

Список литературы:

1. Развитие регионов Латвии, исследование VRAA, 2010, 24 — 38 с.
2. Сообщение о развитии народного хозяйства Латвии. Исследование, Министерство экономики ЛР, июнь 2011 года.
3. Топ 500. Приложение газеты Dienas Bizness, 2008, 172 с.
4. Топ 500. Приложение газеты Dienas Bizness, 2010, 70-85, 140—141 с.
5. Топ 500. Приложение газеты Dienas Bizness, 2011, 74-89, 146—147 с.
6. Центральное статистическое управление ЛР. [электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.csb.gov.lv>
7. Экономический профиль региона планирования Видземе. (2010) Исследование. [электронный ресурс] — Режим доступа. — http://www.vidzeme.lv/upload/lv/Teritorijas_planojums/VidzemesPR_ekonomiskais_profils_projekts_29.07.2010.pdf
8. Gazele, Приложение газеты Dienas Bizness, 2011, 26 — 27 с.
9. Lursoft, регистр предприятий ЛР. [электронный ресурс] — Режим доступа. — http://www.lursoft.lv/Lursoft_uznemumu_gada_parskatu_registrs.html

«ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА»

Материалы международной заочной научно-практической
конференции

23 июля 2012 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 30.08.12. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 10,375. Тираж 550 экз.

Издательство Сибирская ассоциация консультантов
630075, г. Новосибирск, Залесского 5/1, оф. 605
E-mail: mail@sibac.info

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3