



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. (29 августа 2012 г.) — Новосибирск: Изд. «Сибирская ассоциация консультантов», 2012. — 130 с.

ISBN 978-5-4379-0121-2

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 978-5-4379-0121-2

Оглавление

Секция 1. Маркетинг	6
ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОЗНИЧНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ Роганян Ованес Андроникович	6
ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ФИРМ Старкова Надежда Олеговна Костарева Анна Михайловна	10
РАСШИРЕНИЕ БРЕНДА КАК ЭТАП ПРОЦЕССА ЕГО ДОЛГОСРОЧНОГО РАЗВИТИЯ Шурчкова Юлия Владимировна	16
Секция 2. Мировая экономика и международные экономические отношения	22
КОНКУРЕНТНЫЙ РОМБ М. ПОРТЕРА: УСПЕШНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УКРАИНЫ НА РЫНКЕ ЕС Кочергина Елена Юрьевна	22
РОЛЬ БРОКЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИННОВАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ Макарова Екатерина Петровна	29
Секция 3. Проблемы макроэкономики	33
ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ СФЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ Дудко Наталья Анатольевна	33
Секция 4. Стратегический менеджмент	38
СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ Зыкова Светлана Ильинична	38

Секция 5. Теория современного менеджмента	43
МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИБЫЛИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА Садовская Татьяна Андреевна	43
ПРИНЦИПЫ ОПТИМИЗАЦИИ ПРИНИМАЕМЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕШЕНИЙ СУБЪЕКТАМИ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА Лисицкая Татьяна Сергеевна	52
ПРОЦЕССНАЯ ПАРАДИГМА РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ИННОВАТОРА Абрамов Виктор Иванович	64
Секция 6. Теория управления экономическими системами	69
ОБЩАЯ СУЩНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ Михайлушкин Павел Валерьевич Баранников Антон Александрович	69
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ — СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЗАДАЧА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ Михайлушкин Павел Валерьевич Баранников Антон Александрович	75
ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОГО ОБОРОТА ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ Киселева Яна Сергеевна	82
ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОГНОЗА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМ ПОРТФЕЛЕМ Саркисов Виген Геннадьевич	88
Секция 7. Управление изменениями	94
ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕССА ВЫЯВЛЕНИЯ «УЗКИХ МЕСТ», ПОРОЖДЕННЫХ ИННОВАЦИОННЫМИ ШУМАМИ Горбов Николай Михайлович Шаховская Анна Александровна	94

Секция 8. Финансы и налоговая политика	102
НАПРАВЛЕНИЯ УКРЕПЛЕНИЯ НАЛОГОВОЙ АВТОНОМИИ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ Кузнецова Ольга Сергеевна	102
Секция 9. Экономические аспекты регионального развития	106
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ В СФЕРЕ ЖКХ Арзамасцев Алексей Александрович	106
МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ Киреев Николай Николаевич	113
ПРИМЕНЕНИЕ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ КЛАССИФИКАЦИИ ВИДОВ ВОСПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ Сидорова Дарья Владимировна	118
УЧЁТ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА Сорокина Людмила Викторовна	123

СЕКЦИЯ 1.

МАРКЕТИНГ

ИННОВАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОЗНИЧНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Роганян Ованес Андроникович

аспирант РосЗИТЛП,

г. Москва

E-mail: hammer-omsk@mail.ru

Конкурентоспособность предприятия розничной торговли во многом определяется степенью приверженности к нему покупателей. Лояльность же покупателей зависит от субъективной оценки магазина, которая формируется в их сознании. В связи с этим любое торговое предприятие необходимо рассматривать не только с функциональной, но и с рыночно-психологической точки зрения. Наличие привлекательного имиджа магазина помогает покупателю воспринимать его как нечто отличное от других, увидеть в нем преимущества, отсутствующие у конкурентов, выбрать его в качестве постоянного места совершения покупок.

Одним из инновационных маркетинговых методов создания конкурентного преимущества является стандартизация управления ассортиментом.

Стандартизация данного бизнес-процесса ведет к снижению затрат и непосредственно влияет на ощущаемую потребителем ценность. Повышая ощущаемую потребителем ценность, предприятие создает устойчивое конкурентное преимущество.

Федеральных и международных операторов розничной торговли отличают от местных региональных ритейлеров более низкие цены, более высокие рекламные бюджеты, единый ассортимент во всей сети. Местному региональному ритейлеру конкурировать по ценам не представляется возможным, так как он не способен обеспечить необходимого для этого объема закупок. В гонке рекламных бюджетов местный региональный ритейлер значительно уступает федеральным

и международным розничным сетям, что связано с недостаточным совокупным объемом финансовых вложений в рекламу. Единственные конкурентные направления, в которых он может преуспеть — это создание высокого уровня обслуживания (сервиса), создание исключительного ассортиментного портфеля. Выбор именно этих двух направлений предопределен отставанием по ним федеральных операторов розничной торговли, так как создание высоких стандартов обслуживания и контроль за их исполнением во всех регионах трудоемкий процесс, требующий немалых затрат и подготовки персонала, а единство ассортимента во всей сети не позволяет вводить определенных поставщиков, которых может себе позволить ввести региональный ритейлер.

Организовать процесс стандартизации силами собственника, руководителя или отдельной службы потребует большого количества времени. С целью сокращения временных затрат на разработку и внедрение стандартов и других инновационных маркетинговых направлений, в процесс разработки привлекаются все работники прямо или косвенно имеющие отношение к разрабатываемым стандартам или другим инновационным продуктам.

Обеспечение необходимого уровня обслуживания покупателей и роста основных экономических показателей деятельности фирменного торгового предприятия в значительной степени зависит от правильного формирования ассортимента.

Разработке стандартов предшествует разработка алгоритма их внедрения, в который будут входить все сопряженные со стандартами процессы.

Маркетинговый подход к формированию ассортиментной политики фирменного магазина должен основываться на потребительских предпочтениях и обеспечивать достаточный уровень рентабельности предприятия, которое имеет возможность выбора из широкого спектра товаров, предлагаемого как самими производителями, так и многочисленными крупными и мелкими оптовиками сопутствующих товаров.

Среди параметров формирования ассортиментного портфеля торгового предприятия инновационными являются принципы формирования ассортиментных матриц. Матрица строится на основе классификатора и является результатом структурирования ассортимента. К уровням деления в классификаторе добавляют субкатегории, бренды и иные единицы учета.

Не существует единого стандарта ни по составу, ни по структуре, для ассортиментной матрицы. Состав и структура каждой зависит

от многих факторов, в первую очередь от задач, решаемых с помощью этой матрицы, формата торгового подразделения, системы управления товарным ассортиментом и т. д. [1].

Наиболее распространенными критериями формирования структуры являются «простота управления» (маршрутизация процесса, свойства продукции, компоновка товара, поставщики, условия реализации) и «логичность для потребителя».

Пример классификатора (структуры категории) представлен в самой ассортиментной матрице ООО «Швейная фирма Лидер» (таблица 1).

Таблица 1.

**Ассортиментная матрица ООО «Швейная фирма Лидер»
по группе «Мужские костюмы»**

Группа	Категория	Подкатегория	Товарная позиция	Производитель
Мужские костюмы	Деловые костюмы	Полушерстяные костюмы	Классический костюм	ОАО «Сударь» ЗАО «Псковская швейная фабрика «Славянка» ООО «Швейная фирма Лидер»
			Двубортный костюм	ОАО «Элегант» ЗАО «Псковская швейная фабрика «Славянка» ООО «Швейная фирма Лидер»
			Костюм Мао	ЗАО «Псковская швейная фабрика «Славянка» ООО «Швейная фирма Лидер»
			и т. д.	

На основе существующей ассортиментной матрицы составляется ассортиментный минимум — перечень товарных позиций, которые должны постоянно присутствовать в магазине в определенный период времени.

Для каждого предприятия существует своя матрица, отвечающая задачам конкретного магазина со своими конкретными покупателями.

В магазинах ООО «Швейная фирма Лидер» в базе данных ассортиментная матрица не детализируется до каждой товарной

позиции. Ограничиваются только наименованием швейного изделия, поставщиком или производителем, категорией.

При таком подходе к формированию матрицы возникает опасность появления дефицита и излишков товаров, что не способствует удовлетворению потребностей покупателя, изучению и формированию спроса на продукцию швейной отрасли и оказывает отрицательное влияние на экономические показатели в целом.

При отсутствии разделения, в случае изменения спроса на ту или иную позицию возникает риск появления излишков по одной позиции и дефицита по другой.

При отсутствии разделения костюмов на «классический» и «двубортный», в случае изменения спроса на ту или иную позицию возникает риск появления излишков по одной позиции и дефицита по другой.

По оценкам экспертов, в последнее время спрос на деловые двубортные костюмы возрос одновременно с растущим интересом покупателей к деталям и горизонтальным линиям в одежде. И в магазинах ООО «Швейная фирма Лидер» чаще остается в конце месяца не реализованными деловые полушерстяные классические костюмы, т. е. в неразвернутой матрице всегда есть на остатке полушерстяные костюмы, а двубортных при этом — нет.

Неудовлетворенный спрос на данную товарную позицию можно рассчитать следующим образом:

Из анализа продаж: не продано 82 двубортных костюма за год по цене 8360 р.

$$T_{\text{общ}} = V \times K \times Ц \quad (1)$$

$T_{\text{общ}}$ — годовой товарооборот (руб.);

V — объем продаж в месяц (кг.);

K — количество месяцев;

$Ц$ — цена за 1 кг. продукта.

$$T_{\text{общ}} = 6,8 \times 12 \times 8360 = 686 \text{ т.р.}$$

$$П = T_{\text{общ}} \times R / 100 \quad (2)$$

$П$ — прибыль (руб.);

R — рентабельность продукта (%);

С учетом рентабельности данной позиции 8,5 %, потери прибыли составят:

$$П = 686 \times 8,5 / 100 = 58 \text{ т. р.}$$

Исключив данные упущения при заполнении ассортиментной матрицы, можно увеличить товарооборот свыше 685 т. р. и доходность свыше 58 т. р., удовлетворяя потребности покупателя.

Данный инструментарий можно применять в различных отраслях торговли, в том числе и на розничном продовольственном торговом предприятии.

Формирование ассортиментных матриц помогает в ходе анализа конъюнктуры рынка, отвечая на вопросы: что и в каком количестве необходимо заказывать у производителей. Эффективность работы стандартов достигается, когда сформированы все сопряженные с этими стандартами внутренние процессы.

Таким образом, местному региональному розничному торговому предприятию необходимо развивать такое инновационное маркетинговое направление как стандартизация работы с ассортиментом с целью повышения конкурентоспособности розничного торгового предприятия.

Список литературы:

1. Балакирев С., начальник отдела рекламы ТС «Монетка», журнал Marketing pro № 1—2 за 2010 г., [электронный ресурс] — Режим доступа — URL: www.marketingpro.ru

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ФИРМ

Старкова Надежда Олеговна
*канд. экон. наук, доц. КубГУ,
г. Краснодар
E-mail: n.starkova@mail.ru*

Костарева Анна Михайловна
*магистрант КубГУ,
г. Краснодар
E-mail: kostareva-anna@mail.ru*

Важность использования маркетинга для предприятий любой сферы экономики неоспорима. Одним из наиболее важных элементов организации маркетинговой деятельности на предприятии является построение и реализация маркетинговой стратегии. Стратегия маркетинга будет эффективна лишь при условии существования современного устойчивого и стабильного рынка.

Основную роль в деятельности отечественных предприятий играет рациональное осуществление маркетинговой политики, которая определяет основные цели использования маркетинга в организации. Важнейшим элементом маркетинговой политики является система продвижения товаров на рынок. От качества организации этой системы во многом зависит рост объемов производства продукции фирмы и формирование к ней лояльности потребителей. К традиционным инструментам продвижения товаров и услуг на рынок относятся: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг, личные продажи.

Каждая организация при разработке программ продвижения своей продукции выбирает определенный набор маркетинговых инструментов, с помощью которых и будут осуществляться продажи. Эти инструменты могут использоваться как отдельно, не зависимо друг от друга, так и интегрировано, что в свою очередь может способствовать повышению эффективности согласованного коммуникационного воздействия фирмы на целевую аудиторию. Доли участия каждого способа продвижения в общих затратах на маркетинг определяют структуру затрат товара, которая может меняться во времени и в пространстве в зависимости от вида бизнеса фирмы, источников финансирования, эффективности конкретных маркетинговых инструментов, степени готовности потенциальных потребителей к покупке, этапа жизненного цикла товара, деятельности конкурентов, типа товара или рынка и т. д. Нахождение оптимальной структуры затрат на осуществление маркетинговых коммуникаций представляет собой достаточно сложную задачу, от которой зависит все продвижение в целом.

Стандартно маркетинговые бюджеты большинством предприятий включают затраты на создание рекламных материалов и их размещение в СМИ, а также связанные с этим административные расходы, к которым относят заработную плату сотрудников отдела продвижения или гонорар посредников, осуществляющих определенные этапы разработки или внедрения рекламы. Таким образом, в большинстве организаций составляется маркетинговый бюджет, в составе которого выделяются расходы на маркетинговые исследования (в среднем около 15 % от общих затрат на маркетинг), на стимулирование сбыта (50 %), на осуществление рекламной деятельности (30 %) и связи с общественностью (5 %) [4] (рис. 1).

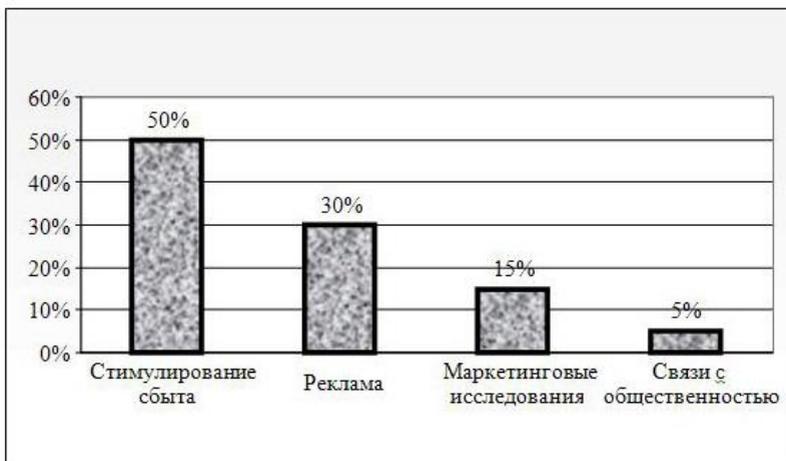


Рис. 1. Расходы на маркетинг современных предприятий

Западные авторы отмечают, что не только вновь созданные малые фирмы, но и многие лидеры современного рынка при продвижении товаров и услуг по давно сложившемуся стереотипу отдают предпочтение использованию различных видов рекламы и стимулирования сбыта [1]. В частности, к такой практике прибегают известные во всем мире компании, входящие в десятку обладателей самых капитализированных брендов 2011 года по данным маркетингового агентства Millward Brown Optimor (табл. 1). К ним относятся Coca-Cola, GE, IBM, McDonald's, которым удается оставаться на рынке более 50 лет. Помимо лидерства, стратегии и тактики, все эти компании объединяет эффективное использование бренда с историческим наследием для сохранения собственной актуальности для потребителей и обеспечения глобального успеха.

Таблица 1.

Самые капитализированные мировые бренды 2011 года [2]

Рейтинг	Бренд	Капитализация, млрд. долл. США	Динамика капитализации с 2010 года, %
1	Apple	153,285	+84
2	Google	111,498	-2
3	IBM	100,849	+17
4	McDonald's	81,016	+23
5	Microsoft	78,243	+2
6	Coca-Cola*	73,752	+8
7	AT&T	69,916	-
8	Marlboro	67,522	+18
9	China Mobile	57,326	+9
10	GE	50,318	+12

Однако обладатели брендов с репутацией, придерживающиеся традиционных методов маркетинговых коммуникаций, уже не в состоянии лидировать в списках рейтинга самых капитализированных мировых брендов по статистике агентства Millward Brown Optimor. В 2011 году и в текущем 2012 году первое место в рейтинге занято компанией Apple. Стоимость ее бренда на 01.05.2012 превысила 182,9 млрд. долл. США, что на 19 % больше, чем в 2011 году. На второе место в 2012 году поднялась компания IBM со стоимостью бренда 115,9 млрд. долл. США. Рост стоимости бренда IBM составил 15 %. Стоимость бренда Google сократилась на 3 % — компания оказалась на третьем месте с показателем \$ 107,8 млрд. долл. США [3].

При этом следует отметить, что бренды высокотехнологичных и телекоммуникационных компаний доминируют в рейтинге не случайно. На высокотехнологичные бренды приходится треть всего списка 100 ведущих мировых брендов. Лидеры рейтинга находятся в состоянии постоянной борьбы за лидерство [5]. Уделяя повышенное внимание маркетингу своей продукции и бренда, они продолжают демонстрировать свою актуальность для нашей повседневной жизни, используя инновационные технологии не только в процессе производства, но и в маркетинговой деятельности.

В условиях усложняющейся рыночной конкуренции и повышения уровня неопределенности внешней и внутренней среды, современным фирмам, ориентированным на долгосрочное стабильное пребывание на рынке уже не достаточно формировать свою маркетинговую стратегию только на основе традиционных инструментов маркетинговых коммуникаций. Поэтому наиболее прогрессивные участники рынка в настоящее время начали активно применять инновационные способы продвижения товаров. Большую популярность среди таких способов в практике деятельности современных отечественных и зарубежных фирм стала набирать один из самых новейших — вирусный маркетинг. Данный инструмент маркетинга представляет собой совокупность различных методов распространения маркетингового сообщения о товаре, фирме через непосредственных получателей информации. Исходя из того, что получатель маркетингового сообщения, в данном случае, является одновременно и его распространителем, информация в системе вирусного маркетинга, распространяется, подобно вирусу, в геометрической прогрессии. Такой вид передачи информации достигается путем формирования содержания, способного привлечь новых получателей информации за счет яркой, творческой, необычной идеи или с использованием естественного или доверительного послания.

Эффективность вирусного маркетинга достаточно высока, так как результаты его воздействия значительно превосходят затраты на его подготовку и осуществление. Созданное надлежащим образом маркетинговое сообщение, как «вирус», получает мгновенное массовое распространение в информационных каналах, повышая привлекательность продвигаемого на рынок товара, имидж товарного знака, фирмы-производителя и, как следствие, ее конкурентоспособности и стабильности.

Так, лидер рейтинга Millward Brown Optimor, компания Apple, является одним из пионеров в сфере применения вирусного маркетинга для продвижения продукции и формирования имиджа бренда. Начиная с выхода в свет знаменитого рекламного ролика первого коммерчески доступного Макинтоша [7], который был показан во время трансляции финального матча за Суперкубок по американскому футболу 22 января 1984 года и заканчивая современными презентациями и рекламными акциями iPhone и iPad [6], каждая новая версия которых создает ажиотаж и собирает огромные очереди в фирменных магазинах Apple во всем мире, компания четко следует правилам вирусного маркетинга, интригуя и стимулируя получателей маркетинговых посланий передавать эти сведения дальше. Целью вирусного маркетинга Apple всегда являлось

не только продвижение конкретного нового товара на рынок, но позиционирование себя в качестве компании, нарушающей все правила и сложившиеся традиции в компьютерной технологии своего времени, стремящейся к прогрессу и постоянному развитию.

Применение прогрессивного вирусного маркетинга в деятельности современной стремящейся к успеху компании, постепенно начинает приобретать обыденный характер. Этот вид маркетинга является не только эффективным, но и доступным, так как его успех основывается в первую очередь на оригинальном творческом замысле маркетингового послания, и совсем не обязательно связан с большими затратами. Помимо Apple, к вирусному способу распространения маркетинговой информации прибегают не только рыночные гиганты и владельцы мировых брендов Google, Microsoft, Samsung, Nike, Budweiser, Benetton и др., но и рядовые субъекты рынка, стремящиеся задержаться на нем как можно дольше за счет грамотной разработки и реализации стратегии маркетинга. Эффективное применение вирусного маркетинга в условиях развития современных технологий, способных значительно ускорить процесс передачи данных, может явиться основой роста конкурентоспособности этих компаний и в перспективе может повысить их рыночные позиции, а также стоимость бренда и бизнеса.

Список литературы:

1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Пер. с англ. Под ред. Божук С.Г. — СПб: Питер, 2001. С. 359.
2. В рейтинге самых дорогих брендов мира сменился лидер / Новости. Исследования. AdIndex — Новигатор рекламного рынка. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.adindex.ru/news/researches/2011/05/10/65409.phtml>
3. Рейтинг глобальных брендов: Apple — лидер, Сбербанк и МТС — в топ-100 / Новости Forbes. 25.05.12. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.forbes.ru/news/82410-reiting-globalnyh-brendov-apple-lider-sberbank-i-mts-v-top-100>
4. Трейси М, Вирсема Ф. Маркетинг ведущих компаний: выбери потребителя, определи фокус, доминируй на рынке. Пер. с англ. — М: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. — 304 с.
5. Apple Marketing Strategy drives Apple stock price past Google / Marketing Apple., April 05, 2012. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.marketingapple.com/marketing_apple/viral_marketing/

6. Chasin S. Apple iPad Marketing Has Begun / Marketing Apple. March, 07.2012. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.marketingapple.com/marketing_apple/viral_marketing/
7. Friedman E. Apple's 1984: The Introduction of the Macintosh in the Cultural History of Personal Computers. Presentation for the Society for the History of Technology Convention, Pasadena, California, October 1997. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.duke.edu/~tlove/mac.htm>

РАСШИРЕНИЕ БРЕНДА КАК ЭТАП ПРОЦЕССА ЕГО ДОЛГОСРОЧНОГО РАЗВИТИЯ

Шурчкова Юлия Владимировна

*канд. экон. наук, доц. кафедры МЭиВЭД ВГУ,
г. Воронеж*

E-mail: jshurchkova@mail.ru

В процессе управления брендом любая компания рано или поздно сталкивается с необходимостью решения вопроса о его расширении. Существует множество неоднозначных суждений относительно необходимости и пределах такого расширения и его влиянии на успешность компании на рынке. Вывод о ширине бренда необходимо принимать на основе анализа ресурсов компании, долгосрочных корпоративных целей, уровня конкуренции, предпочтениях потребителей.

Расширение бренда представляет собой добавление нового товара к уже существующей линии продуктов под тем же названием. Это выход бренда за пределы первоначального ассортимента его продуктов или за пределы своей категории; это приспособление существующего бренда к новым областям его использования. Внедрение бренда в другую товарную категорию обогащает его идентичность не только ассоциацией с иным классом товаров, но и атрибутами, которые могут к нему относиться. Зачастую расширение требует создания и внедрения суббренда, особенно если речь идет о новом классе товаров или о новом рынке [1, с. 286].

Существуют следующие методы расширения:

1. Растягивание бренда на новые товарные категории (brand expansion), т. е. формирование ассортиментных брендов;

2. Расширения семейства бренда (brand extension) за счет расширения ассортиментной линии (line extension) или углубления бренда (product extension) — формирование структуры суббрендов.

Выбор одной из возможных стратегий развития портфеля брендов обуславливается соотношением уровня новизны бренда и его ценности. Эта взаимосвязь представлена в матрице стратегического развития портфеля брендов (таблица 1) [8, с. 146]. Растягивание бренда на новые товарные категории (brand expansion) подразумевает вывод на рынок новых видов различных товарных групп под одним брендом, что помогает переносить на них лояльность потребителей. Используется при получении брендом значительной рыночной доли и лояльных потребителей. Расширение семейства бренда (brand extension) состоит в применении одного бренда для продвижения новых видов продукции одной и той же товарной группы, а также использования зонтичных брендов. Данная стратегия является наиболее простой и прибыльной. При использовании многомарочного подхода (line extension) новые бренды в одной товарной категории позиционируются для различных сегментов рынка, что способствует лучшей дифференциации товаров и рыночной сегментации. Для отдельного бренда при переходе на новую целевую группу потребителей, используется репозиционирование. Расширение товарной номенклатуры — это производство новых товаров под новыми брендами.

Таблица 1.

Стратегии развития бренда

		Товарная категория	
		Существующая	Новая
Бренд	Существующий	Расширение семейства бренда (brand extension)	Растягивание бренда на новые товарные категории (brand expansion)
	Новый	Многомарочный подход (удлинение товарной линии) (line extension)	Расширение товарной номенклатуры (внедрение новых брендов), стратегия диверсификации

Расширение может осуществляться как в сторону более дорогих товаров, чтобы сделать бренд более значимым в глазах покупателей, так и в сторону более дешевых, чтобы сделать ее доступнее, конкурентоспособнее и повысить спрос. Как показывает практика, смещение бренда в сторону более низких ценовых сегментов, зачастую воспринимается потребителями как снижение его качества. Поэтому необходимо сохранять потребительские стандарты воспринимаемого качества, базироваться на отчетливой дифференциации суббрендов при помощи наименования, дизайна, рекламы, упаковки, и целостности воспринимаемого качества и поддержки родительского бренда. Традиционно цена самого дорого товара превосходит цену самого дешевого в три-четыре раза, однако для ряда отраслей может иметь место 10-тикратное превышение [9, с. 36].

С другой стороны, расширение бренда, увеличивая продажи в течение краткосрочного периода времени, в долгосрочной перспективе может обесценить весь бренд и, как следствие, привести к сокращению объема продаж всех продуктов с одинаковыми марочными названиями. Данной точки зрения придерживаются Дж. Траут, Э. Райс, М. Хейг, Ф. Котлер, В. Пфферч. Для большинства компаний «проще представить новые товары или услуги под уже добившимся признания и узнаваемым брендом, чем строить индивидуальный бренд с нуля». Одним из значительных преимуществ в данном случае является распределение инвестиций в бренд на несколько товаров. Все товары, входящие в товарную линию, могут извлечь пользу из эффекта позитивного синергизма, связанного с брендом. Однако, как и в случае использования стратегии корпоративного бренда, этот эффект может оказать негативное воздействие в случае неудачи одного товара. Ухудшение имиджа одного товара, продаваемого под брендом семейства товаров, может оказать негативное влияние на все другие товары, предлагаемые под этим брендом. Подобное негативное влияние может возникнуть, если не все товары и услуги, объединенные под одним брендом, соответствуют друг другу по качеству или цене. Однако бренд рискует гораздо меньше, если расширение качественно отличается от родительского бренда [1].

К. Келлер считает, что иногда при определении затрат на расширения маркетологи упускают из виду косвенные факторы, например, размывание имиджа марки, усложнение в организации производства из-за ускорения циклов и переключения на производство других товаров, рост погрешности в прогнозе спроса и усложнение

системы снабжения, увеличение стоимости поставок, отказ от создания новых товаров [4].

Ж.-Н. Капферер также отмечает, что расширение бренда может привести к «скрытым негативным результатам, которые невозможно сразу же измерить или оценить. Прежде всего, из-за небольших объемов партий и возросшей сложности производства, материально-технического обеспечения и управления выпуском продукции расширение стоит дороже, что приводит к повышению оптовой и розничной цены. Более того, в компаниях, не учитывающих прямые расходы (например, на сырье, рекламу), многие издержки рассматриваются как общие для всего ассортимента и распределяются в его рамках по различным товарам в соответствии с объемами продаж. Таким образом, на долю товаров, которые продаются лучше всего, приходится более значительная часть издержек, чем на расширение ассортимента, что создает достаточно обманчивое впечатление о доходности последних» [3].

По мнению Кунде Й., существует прочная связь между позицией бренда и числом возможных продуктов в его диапазоне (для продуктового бренда, тесно связанного с физическими свойствами число продуктов не превышает пяти). Чем выше ценность бренда, тем слабее он привязан непосредственно к продукту, и тем больше товаров и услуг может содержаться в его диапазоне [6, с. 96]. С одной стороны, компании важно получить наибольшую отдачу от инвестиций в бренд, с другой стороны, существует определенный предел для расширения бренда, поскольку выпуск слишком разнообразных товаров под одним брендом размывает его границы, подрывает доверие потребителей, делает уязвимым для конкурентов. Увеличение числа расширений может подорвать приверженность бренду, поскольку потребители начинают учитывать большее число потребностей в процессе выбора.

Таким образом, можно сформулировать ряд рисков, возникающих в процессе расширения бренда:

- нанесением вреда имиджу материнской марки;
- сложность контроля за всеми уровнями качества;
- снижение продаж материнской марки, когда покупатели переходят на более дешевые версии товара;
- уменьшения связи бренда с какой-либо категорией товара;
- увеличение затрат на расширение;
- несбалансированность портфеля брендов.

Важнейшими условиями при расширении бренда являются: учет подлинного характера бренда, его понимание и соответствие, сохранение идентичности бренда. Потребителям должна быть

очевидна связь между товарами. Наиболее явной причиной для расширения бренда может являться насыщение рынка определенным продуктом. В таком случае, расширение бренда экономически более обосновано, чем выход на новый рынок. При расширении бренда также необходимо, на наш взгляд, избегать чрезмерно широкого ассортимента, поскольку слишком многообразный выбор зачастую запутывает клиентов, усложняя процесс выбора.

Виды расширения бренда могут быть разнообразны. Так, Ф. Котлер, В. Пфферч выделяют в рамках стратегии расширения: корпоративный бренд, бренд семейства, товарный бренд [5]. Бест Р. проводит анализ горизонтального (за счет добавления взаимодополняющих товаров) и вертикального (путем распространения на другие версии товара) расширения бренда, отмечая, что второй метод расширения дешевле первого [2, с. 365]. Однако и горизонтальное и вертикальное расширение представляет возможности для роста только в рамках одного рынка, и возникает необходимость выхода на другие рынки или в другие сферы применения товара. Перция В., Мамлеева Л. выделяют: расширение категории бренда (вывод в те товарные категории, в которых бренд еще не был представлен), расширение линии бренда (выведение на новые сегменты уже существующего бренда в рамках категории, в которой он уже был представлен), расширение идентичности бренда (добавление элементов бренда) [7, с. 210].

Со временем практически любой бренд имеет тенденцию к расширению, что приводит к увеличению ассортимента продукции. Фактически, расширение используется компаниями на стадиях зрелости и угасания. Оно наиболее эффективно в тех случаях, когда новые виды товаров и услуг сознанию потребителей тесно связаны со старыми. Расширяя бренд компания добивается следующих преимуществ: издержки выхода на рынок ниже, так как отсутствуют затраты на обучение потребителей; затраты на рекламу и прочие инструменты маркетинговых коммуникаций дают больший эффект; снижается риск при выведении нового товара на рынок.

Список литературы:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер. — М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. — 430 с.
2. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бест; пер. с англ. под ред. П. Миронова. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. — 760 с.
3. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Ж.-Н. Капферер ; пер. с англ. Е.В. Виноградовой; под общ. ред. В.Н. Домнина. — М. : Вершина, 2007. — 448 с.
4. Келлер К.Л. Стратегический бренд-менеджмент: Создание, оценка и управление марочным капиталом / К.Л. Келлер ; пер. с англ. — К.; М.; СПб.: Вильямс, 2005. — 704 с.
5. Котлер Ф. Бренд-менеджмент в B2B-сфере / Ф. Котлер, В. Пфферч; пер. с англ. — М. : Вершина, 2007. — 432 с.
6. Кунде Й. Корпоративная религия / Й. Кунде; пер. с англ. — СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. — 270 с.
7. Перция В. Анатомия бренда / В. Перция, Л. Мамлеева. — М.: Вершина, 2008. — 130 с.
8. Рожков И.Я. От брендинга к бренд-билдингу / И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин. — М. : Гелла-принт, 2004.
9. Сильверстайн М.Дж. Зачем платить больше? Новая роскошь для среднего класса / М.Дж. Сильверстайн, Н. Фиск; пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс: АСТ, 2007. — 364 с.

СЕКЦИЯ 2.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

КОНКУРЕНТНЫЙ РОМБ М. ПОРТЕРА: УСПЕШНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УКРАИНЫ НА РЫНКЕ ЕС

Кочергина Елена Юрьевна

*аспирант, КНУ им. Т.Г. Шевченко,
г. Киев*

E-mail: lenako4ergina@mail.ru

Успешное позиционирование отечественных продуктов на мировом рынке являются одной из основных задач внешнеэкономической маркетинговой политики Украины на современном этапе. Стремление стать частью Европейского Союза требует от Украины определения конкурентных преимуществ, которые должны использоваться как основа формирования устойчивого положительного конкурентного имиджа при создании зоны свободной торговли с ЕС.

Европейский Союз — интеграционная организация 27 западноевропейских стран общей численностью населения 501,26 млн. человек (на 01.01.2010) и площадью в 4 456 306 кв. км, которые стремятся к экономическому и политическому единству, частично отказываясь от национальных суверенитетов. ЕС имеет выгодное географическое и геополитическое положение, мощный природно-ресурсный, трудовой и производственный потенциал, существенные возможности для развития Украина-Европейских отношений.

Концепция М. Портера основывается на идее так называемого «национального ромба», характеризующего систему детерминант конкурентного преимущества (четыре основных свойства) страны, которые, находясь во взаимодействии, создают эффект эмерджентности (целостности). Та или иная конфигурация названных

детерминант усиливает или ослабляет потенциальный уровень конкурентных преимуществ экономики страны.

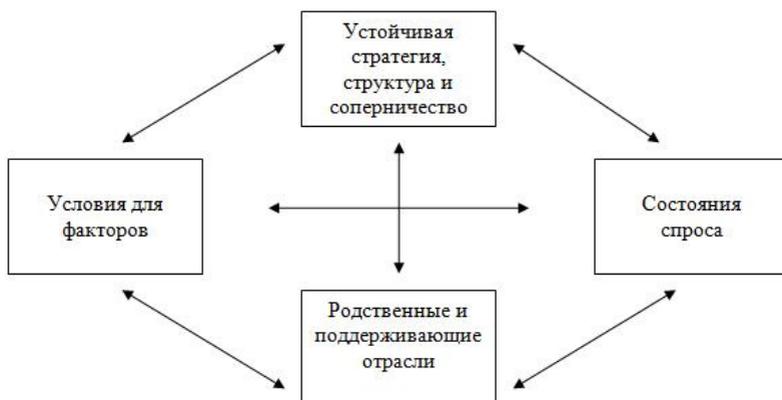


Рис. 1. «Национальный ромб» конкурентных преимуществ Майкла Портера

Условия для факторов. Категория «условия для факторов» включает 5 групп:

- человеческие ресурсы;
- природные ресурсы (включая климат и географическое положение страны);
- капитал (с учетом разнообразия национальных рынков капитала);
- научно-информационный потенциал;
- инфраструктура (все, что влияет на качество жизни в стране).

Человеческие ресурсы. В декабре 2011 года в Европейском Союзе общее количество безработных достигло 23,816 миллиона человек (9,9 %). Среди стран-участниц ЕС самый низкий уровень безработицы зафиксирован в Австрии (4,1 %), а самый высокий — в Испании (22,9 %). Поскольку европейские страны заинтересованы в высококвалифицированных зарубежных кадрах, то это является основной причиной, по которой ЕС принял решение запустить программу «The Blue Card». Данный способ трудоустройства позволяет человеку въехать в желаемую страну работодателя (европейскую) с работой по выбранной вакансии. По итогам 2011 года, уровень безработицы в Украине составил 1,8 % (487,2 тыс. чел.),

а количество лиц с высшим образованием возрастает, поэтому, интегрируясь в ЕС, страна имеет определенное конкурентное преимущество на рынке квалифицированной рабочей силы.

Природные ресурсы. Территория Украины, находясь в умеренном климатическом поясе, характеризуется уникальностью физико-географических и геологических условий и наличием значительных объемов разнообразных природных ресурсов. На территории Украины сосредоточена четверть мировых запасов чернозема, который по физическому, химическому, агрохимическому и минералогическому составу среди почвообразующих пород считается одним из наиболее продуктивных. В структуре почвенного покрова Украины площадь черноземов составляет 60,4 млн. га, из которых 69 % — это сельскохозяйственные угодья, в структуре которых 78 % приходится на пашню. Украина является одной из наиболее обеспеченных минерально-сырьевыми ресурсами стран мира: занимая 0,4 % суши, она владеет 5 % мировых запасов полезных ископаемых общей стоимостью свыше 11 трлн. дол. США. Ископаемые сосредоточены в 9000 месторождениях. По некоторым видам полезных ископаемых Украина занимает ведущее место среди стран СНГ, Европы и всего мира. Так же могут быть охарактеризованы и водные ресурсы страны, которые представлены такими многоводными реками как — Днепр, Днестр, Буг, Донец. Всего на территории Украины более 73 тыс. рек. Здесь также расположены большие морские порты: Одесса, Херсон, Николаев, Измаил, Мариуполь и Керчь.

Кроме того, важным конкурентным преимуществом Украины является выгодное географическое расположение — страна находится на перекрестке путей из Азии в Европу. Крупнейшие мировые рынки — Россия и Азия — рядом, а выход к Черному морю открывает уникальные возможности для экспорта продукции отечественного производства, что является необходимостью для обеспечения дальнейшего развития национальной экономики.

Капитал. Реальный рост ВВП по итогам 2011 года составил 5,2 %, что на 1,1 процентного пункта выше темпов роста 2010 года и является лучшим результатом среди стран-соседей: группа стран ЕС-27 — 1,6 %, страны СНГ — 4,7 %, в частности, Россия — 4,3 %.

По итогам 2011 года в Украине наблюдался рост объема инвестиций в основной капитал на 23,5 % до 117,6 млрд. гривен (без НДС). По данным Национального банка Украины, в 2011 году экспорт товаров и услуг по сравнению с 2010 годом вырос на 28,1 % до 88,8 млрд. дол. США, а импорт — на 33,8 % до 98 млрд. дол. США.

Сальдо внешнеторговых операций по итогам 2011 года составило «минус» 9,2 млрд. дол. США, что вызвано главным образом существенным ростом стоимостных объемов импорта газа.

Научно-информационный потенциал. Украина является государством, которое обладает весомым научно-техническим кадровым потенциалом, существенно влияющим на ее социально-экономическое развитие. По уровню такого влияния — 5,1 исследователей на 1000 человек экономически активного населения — Украина несколько уступает странам ЕС (6,0 — для первых 15 стран ЕС), однако опережает Словению (4,8), Словакию и Венгрию (4,2), а также Польшу (3,9). Одновременно численность научных кадров в Украине в отличие от подавляющего большинства европейских стран уменьшается. По данным 2011 года численность научных сотрудников составила 85 тыс. чел., что на 5 % меньше, чем в 2010 году. Объем выполненных научных и научно-технических работ — 10,3 млрд. грн., из которых на фундаментальные исследования было потрачено 2,2 млрд. грн., на прикладные исследования — 1,9 млрд. грн., на разработки — 4,9 млрд. грн., а на научно-технические услуги — 1,3 млрд. грн.

Инфраструктура. Инфраструктура Украины широко развита и включает в себя следующие сферы: финансовую, производственную, промышленную, строительную, образовательную, социальную, транспортную, а также торговлю, сферу услуг, связь и т. д. В 2011 году на инфраструктуру и другие меры, связанные с подготовкой к Евро-2012, направлено 14,2 млрд. грн. государственных средств, в том числе средства были направлены на:

- строительство и реконструкцию стадионов — 3,4 млрд. грн.;
- строительство и реконструкцию аэропортов — 5,8 млрд. грн.;
- создание современной транспортной инфраструктуры — 3,2 млрд. грн.;
- объекты коммунальной инфраструктуры принимающих городов (Киев, Донецк, Львов, Харьков) — 0,5 млрд. грн.;
- строительство, реконструкцию, ремонт и содержание улиц и дорог коммунальной собственности в населенных пунктах в сумме 2,1 млрд. гривен;
- осуществление ремонтных работ в общежитиях, учреждениях культуры и другие мероприятия, связанные с подготовкой к Евро-2012 — 1,3 млрд. гривен.

Родственные и поддерживающие отрасли. Добиться успеха в той или иной отрасли тем легче, чем больше в стране

конкурентоспособных родственных отраслей. Конкурентоспособными секторами украинской экономики на мировом уровне являются машиностроение, космическая и авиационная отрасли, сельское хозяйство, металлургия и химическая промышленность. Есть потенциал повышения экспортных возможностей самолетостроения, в частности, развертывания серийного производства среднемагистральных самолетов Ан-148 и их модификаций. Основными сельскохозяйственными отраслями, имеющими высокую конкурентоспособность на мировых рынках, являются зерновая и подсолнечно-жировая. Необходимо развивать машиностроение и приборостроение как основу высокотехнологичной модернизации экономики, производство современной ракетно-космической и авиационной техники, судов, электровозов и подвижного состава нового поколения, новейших технологий для изготовления медицинской и сельскохозяйственной техники, чтобы добиться высшего положения на европейском рынке.

Состояния спроса. Внутренний рынок Украины формируется в условиях значительной экспортной ориентации отечественных производителей, что обуславливает высокую открытость национальной экономики. Так, в 2011 г. внешнеторговый оборот Украины составил 84,1 % ВВП (в 2010 г. соответствующий показатель составлял 80 % ВВП), объем товарного экспорта составил 49,5 % ВВП (37,2 % ВВП в 2010 г.), а импорт 57 % ВВП (41,9 % к ВВП в 2010 г.).

Темпы потребительской инфляции в Украине продолжили уменьшаться в 2011 году на фоне замедления роста мировой экономики. Значительное сдерживающее влияние на развитие инфляционных процессов осуществляли умеренно сдержанная монетарная и фискальная политики, а также высокий урожай. В целом факторы спроса продолжали умеренно влиять на развитие инфляционных процессов — фактический уровень ВВП был ниже потенциального уровня. Рост потребительских цен за 2011 год замедлился до 4,6 % (самый низкий показатель за последние девять лет), а базовая инфляция снизилась до 6,9 %.

Устойчивая стратегия, структура и соперничество. Первым конкретным шагом на пути интеграции экономик Украины и ЕС должно стать создание Зоны свободной торговли (ЗСТ) с ЕС. В этом контексте важно учитывать, что эффективность конкурентных стратегий это, в первую очередь, анализ конкурентных преимуществ иностранных аналогов. Одной из основных стратегий кандидата на лидерство является предоставление его товарам новых качеств, обеспечивающих превосходство над продукцией лидеров рынка. Рост

рынка всегда сопровождается расширением перечня качеств, которые хотели бы видеть в новом товаре его покупатели. Этому способствует конкуренция, которая существенно отличается в различных отраслях национальной экономики. Наиболее монополизированными остаются топливно-энергетический комплекс, а также транспорт и связь.

Анализируя конкурентные преимущества национальной экономики в контексте методологической матрицы М. Портера, особое внимание следует обратить на роль правительства, которое является наиболее значимым совокупным потребителем, побуждающим компании к повышению уровня конкурентной эффективности. Покупая товары для армии, транспорта, связи, здравоохранения и других отраслей, оно оказывает внушительное влияние на все основные детерминанты «национального ромба». Такие инструменты государства, как денежно-кредитная, налоговая, таможенная политика, воздействует на параметры факторов производства и спроса. Во многих странах правительство способствует развитию родственных и поддерживающих отраслей, сотрудничающих с ведущими экспортными сферами.

Таким образом, Украина имеет все необходимые ресурсы, чтобы поддерживать успешную реализацию евроинтеграционных стремлений: благоприятное географическое расположение, доступность значительных объемов природных ресурсов (черноземы, водные и минерально-сырьевые ресурсы), а также достаточное количество человеческих ресурсов, в том числе высококвалифицированных научных кадров, в которых нуждается Европа. Несмотря на рассмотренные конкурентные преимущества Украины на европейском рынке ведущая роль в международной маркетинговой политике должна принадлежать привлечению инвестиций как основному стимулу к научно-технической модернизации, внедрению инноваций в производство и успешному позиционированию среди стран Евросоюза. Так, по индексу конкурентоспособности Всемирного экономического форума (Давос) Украина заняла в 2011 — 2012 гг. 82-е место среди 142 стран. Для усиления конкурентных преимуществ секторов украинской экономики на внутреннем и внешнем рынках необходимы изменения структуры реального сектора экономики в направлении увеличения доли продукции высших технологических укладов, приоритетного развития высокотехнологических отраслей, усиления роли инновационного фактора и энергосберегающих технологий для повышения производительности украинской экономики.

Достижение европейского уровня информатизации общества является определяющим фактором повышения уровня обоснованности, достоверности и эффективности решений, принимаемых Украиной на разных уровнях управления в различных сферах жизни и деятельности. Важным преимуществом нашего государства на европейском рынке является наличие достаточного научного потенциала и высококвалифицированных кадров в ряде определяющих отраслей экономики, значительного опыта и мирового уровня разработки и производства многих изделий авиационной, космической, машиностроительной, военной и другой техники.

Создание конкурентной среды в Украине должно формироваться с учетом направления возможных векторов развития конкуренции со стороны отечественных и иностранных компаний. Поэтому для повышения уровня конкурентоспособности национальной экономики меры антимонопольной политики должны быть направлены на устранение экономических и административных барьеров свободного перемещения капиталов и товаров, а также создания благоприятных финансово-экономических, организационных и правовых условий для международной экономической интеграции.

Список литературы:

1. Крючкова І.В. Структурні чинники розвитку економіки України. — К.: Наукова думка, 2008.
2. Національний банк України. Макроекономічний огляд ІV квартал 2011 року // [Електронний ресурс] — Режим доступу. — URL: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document;jsessionid=FBF24FCA92C5EAD1CBA6B8FB7C949D87?id=111251>
3. Официальный сайт Государственного комитета статистики Украины [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: www.ukrstat.gov.ua.
4. Программа Blue Card // [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://my-bluecard.eu/overview> (Дата обращения 11.06.2012)
5. Старостіна А.О. Економіка зарубіжних країн: навч. посіб. / А.О. Старостіна, А.О. Длігач, Н.В. Богомаз. — К.: Знання, 2009. — 454 с.
6. Чинники конкурентної переваги країн // [Електронний ресурс] — Режим доступу. — URL: <http://gufer.net/srategy/935-chinniki-konkurentnoyi-prevagii-krayini.html> (Дата звернення 14.12.2011)
7. Porter Michael E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press, New York: Free Press.
8. Porter Michael E. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, 1st Free Press ed., New York: Free Press.

РОЛЬ БРОКЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИННОВАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ

Макарова Екатерина Петровна

*канд. экон. наук, доц. РУДН,
г. Москва*

E-mail: EkaterinaMak@mail.ru

В данной статье рассматривается роль посреднических организаций — брокеров в инновационной системе на основе анализа зарубежного опыта. В современной экономической науке сложилась концепция, что инновации успешно реализуются благодаря сложной системе, так называемой инновационной системе, в которую входят многочисленные участники — партнеры инновационного развития [6; 8]. Выявлено, что главную роль движущей силы инновационной системы играют посреднические организации, прежде всего брокерские службы.

Данная посредническая деятельность охватывает: помощь в обеспечении информации о потенциальных партнерах, оценку сделки между партнерами, создание удовлетворяющие все стороны условий для поддержки инновации, включая финансирование. Однако брокерские функции не являются главными в деятельности посреднических организациях. Они охватывают и сферу научных исследований, и технический сервис и др. Поэтому настоящие брокеры инноваций — это организации, действующие как сетевая команда (коллектив), нацеленная не только на организацию или применение инновации, но и на стимулирование других организаций на инновационный процесс. Считается, что они налаживают мосты и контакты, связывают социальный капитал [10]. Данный участник — брокер, являясь катализатором, необходим для соединения партнеров, их мотивирования, представления информации и места для переговоров [4]. Важно отметить, что посредническая активность в инновационном процессе — это не просто организация контакта между двумя партнерами (науки с производителями) как в обычном традиционном процессе внедрения научных разработок, а системная посредническая деятельность в многочленной комплексной инновационной системе. Таким образом, системные посредники играют роль брокеров инноваций, главной целью которых является организация связей в мультипартнерской инновационной системе.

Партнеры в инновационной системе могут быть разными: правительственные и законодательные органы, университеты

и научные учреждения, инновационные агентства, частные фирмы с их научными подразделениями, бизнес-парки, технопарки и др. Управление инновационными системами со временем меняется. Все чаще наблюдается частное и публичное партнерство в форме кооперативов. Научные проблемы и инновационные проблемы определяются не только государственными, но и частными структурами. Хотя научные учреждения и университеты имеют решающее мнение о той или иной инновационной разработке.

Правительственные органы используют различные инструменты для поддержания инноваций: фонды общественных и частных организаций и институтов; финансирование проектов через программы; финансирование научных платформ и сетей (Швейцария и Германия); распределение ваучеров среди частных фирм, которые они могут использовать для покупки знаний (ноу-хау) у научных учреждений или крупных компаний, имеющих научные подразделения (Нидерланды).

В Европейском Союзе вопросы инновационной политики рассматриваются на союзном, затем на национальном, региональном и локальном уровнях. Осуществляется вертикальная и горизонтальная координация. Так, во Франции для горизонтальной координации работ в рамках проекта по возобновляемой энергетике создан специальный комитет. В Италии координацию по вертикали осуществляет Государственная региональная конференция.

Организация инновационного процесса в разных странах по форме различна. По сути она сводится к следующему. Новые идеи разрабатываются в научных лабораториях и бизнес — инкубаторах. Технологический трансферт с помощью организации контактов между научными учреждениями и предпринимателями, кооперации и сотрудничества осуществляют посреднические фирмы, брокеры и другие заинтересованные структуры. Во Франции их называют «Полюса совершенствования (Pôles d'Excellence)», в Германии и Швейцарии — «Центры передачи технологий», в Италии — «Бизнес инновационные центры и центры активизации инноваций». Центральную роль в реализации европейской программы «Leader» играют так называемые локальные группы действия.

В целом функции брокера инноваций можно свести к трем главным направлениям:

1. идентификация спроса на инновации: перспективное виденье спроса на технологии, финансирование и политика и т. д. с помощью диагностики проблем и предвиденья;

2. создание сети: организация связей между заинтересованными в сотрудничестве партнерами, включая их нахождение и отбор;

3. менеджмент инновационного процесса: структурирование гетерогенной сети, образованной различающимися по деятельности партнерами. Разработка правил «игры», включая стандарты, стоимость, побуждения (incentive) и системы вознаграждений. Это процесс, требующий постоянного менеджмента, необходимого для налаживания устойчивой и продуктивной сети, в основе работы которой должны лежать доверие, определенная рабочая процедура, благожелательное изучение, разрешение конфликтов и решение вопросов интеллектуальной собственности.

Ряд авторов отмечает риски и трудности, которые можно обнаружить при изучении роли брокеров. Ключевым фактором, обеспечивающим кредитоспособность и легитимность брокеров, является их частичная или полная независимость [9]. С одной стороны, это сложно, так как участники (к примеру, финансисты) при формировании сети могут оказать давление с целью защиты своих интересов, так что брокеры могут остаться в меньшинстве, как бы представляя только свои интересы. С другой стороны, сохранение нейтральной позиции, как правило, является трудным делом, так как брокеры предпочитают держать самостоятельную наступательную позицию. Однако, если инновация идет на замену существующей, брокеры инноваций должны разрушить существующую систему и создать новую сеть и новые методы работы [7].

Брокеры инноваций могут представлять как научное обеспечение, так и службу внедрения, а также основной бизнес заинтересованных организаций. Это многофункциональная деятельность и двойственность создают условия для предположения, что с одной стороны брокеры представляют чьи-то интересы, а с другой стороны являются конкурентами [2].

Другой пример брокерской деятельности — в образовании, например организация «Обеспечивающий (снабженческий) брокер» (Content Broker). Этот брокер в соответствии с запросами участвующих организаций поддерживает образовательный процесс, снабжая педагогов учебным материалом, таким как учебники, журнальные статьи, образовательные компьютерные модели и т. д.

Проблемой для брокеров является сложность определения их вклада в получение дохода и прибыли, поскольку он не прямой и часто невидим. Это относится как к решению вопросов финансирования, так и к другим оказываемых брокерами услугам.

Вклад инновационных брокеров в организацию инновационного процесса (их роль, ответственность, пути взаимодействия) и их влияние на производство и политику в этой сфере изучался многими авторами [1; 5]. Отмечается, что прежде всего брокеры инициируют изменения, обращая внимание производителей на те или иные перспективные направления развития, как на локальном, так и на региональном уровне. Брокеры создают сеть, объединяют ресурсы, находят финансирование. Более того, брокеры, осуществляя маркетинговые исследования, координируют тематику исследований, выделяя наиболее перспективные темы. Они являются посредниками в решении главной задачи — создания и диффузии инновации, объединяя всех участников инновационной сети, которые решают свои, специфические проблемы.

Список литературы:

1. Batterink M.H., Wubben E.F.M., Klerkx L., Omta, S.W.F. (2010). Orchestrating Innovation Networks: The Case of Innovation Brokers in the Agri-Food Sector. *Entrepreneurship and Regional Development* 22, 47—76
2. Candemir B., & Van Lente H. (2007). Intermediary organisations: Bridges, catalyst, or noise? An analysis of agricultural biotechnology in the Netherlands. Paper presented at the Triple Helix Conference, Singapore.
3. Hall A. (2006). Public-private partnerships in an agricultural system of innovation: Concepts and challenges. *International Journal of Technology Management and Sustainable Development* 5(1), 3—20.
4. Hartwich F. & Tola J. (2007). Public — private partnerships for agricultural innovation: Concepts and experiences from 124 cases in Latin America. *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 6(2), 240—255.
5. Klerkx L., Andy Hall and Cees Leeuwis. (2009) Strengthening Agricultural Innovation Capacity: Are Innovation Brokers the Answer? UNU — MERIT,
6. OECD Innovation Strategy. Getting a Head Start on Tomorrow. OECD, 2010.
7. Smits R., & Kuhlmann, S. (2004). The rise of systemic instruments in innovation policy. *International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 1(1/2), 4—30.
8. Spielman David J., (2005). Innovation Systems Perspectives on Developing-Country Agriculture: A Critical Review. ISNAR Discussion Paper 2. IPFRI, September 2005.
9. Spielman D., & Von Grebmer K. (2006). Public-private partnerships in international agricultural research: An analysis of constraints. *The Journal of Technology Transfer*, 31(2), 291—300.
10. Van Lente H., Hekkert M., Smits R., & Van Waveren B. (2003). Roles of systemic intermediaries in transition processes. *International Journal of Innovation Management*, 7(3), 1—33.

СЕКЦИЯ 3.

ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ СФЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Дудко Наталья Анатольевна

аспирант Белорусского национального технического университета,

г. Минск

E-mail: natalia_dudko@mail.ru

В условиях становления постиндустриального общества, когда экономическое развитие должно обеспечиваться за счет создания зрелых институтов рыночной экономики, активизации структурных преобразований, расширения частного бизнеса, широкого внедрения достижений науки и техники, государственно-частное партнерство в сфере НИОКР становится ключевым компонентом инновационной политики большинства государств.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) в научно-технической сфере как форма взаимодействия между государством и бизнесом в отношении объектов государственной интеллектуальной собственности обеспечивает инновационное развитие экономики. Основной функцией ГЧП в инновационной сфере является коммерциализация результатов научно-технической деятельности, доведение инновационного продукта от разработчика к потребителю [8, с. 483].

Республика Беларусь в настоящее время находится лишь в стадии развития института государственно-частного партнерства. В конце 2011 года проект закона о государственно-частном партнерстве в Беларуси был направлен для экспертизы в Европейскую экономическую комиссию ООН (ЕЭК ООН). В марте текущего года Эксперты ЕЭК ООН провели в Беларуси работу по оценке готовности страны к проектам государственно-частного партнерства, анализу необходимых условий внедрения проектов ГЧП, включая создание специализированного центра и профессиональную подготовку квалифицированных экспертов в данной области. Дальнейшими

шагами экспертной миссии будут предоставление предварительной отчетности, проведение семинара рабочей группы, разработка плана действий по внедрению и развитию системы ГЧП в Республике Беларусь [2].

Существует ряд программ, которые по формальным критериям можно отнести к государственно-частному партнерству, — это традиционные исследовательские программы, осуществление которых является более эффективным при участии представителей частного бизнеса. Однако декларируемые на различных уровнях государственного управления планы по инициации проектов ГЧП в Республике Беларусь на практике пока сопряжены со многими проблемами, которые связаны не только с неразвитостью института ГЧП в нашей стране. Механизмы государственно-частного партнерства должны стать организационной основой осуществляемого в рамках национальной инновационной системы взаимодействия государства, научных организаций и бизнеса. Рассмотрим каждый из этих элементов подробнее.

Предпринимательский сектор и предприятия сегодня не являются ведущими участниками инновационного процесса в Беларуси: научно-технические разработки, выполненные в государственных научных учреждениях и университетах, составляют 71,45 % в общем объеме R&D. Предприятия в значительной мере полагаются на систему науки и исследований для решения серьезных технологических задач, а также зависят от получения финансовых средств по линии отраслевых министерств на инновации и модернизацию производства [5, с. 71].

Государственный сектор в белорусской экономике занимает доминирующее положение. По оценкам экспертов Всемирного банка на долю госпредприятий приходится 69 % ВВП, там занято две трети экономически активного населения Беларуси. Госпредприятиям в Беларуси предоставляются на льготных условиях энергоносители, налоговые преференции, доступ к льготным кредитным ресурсам, привилегии во время проведения тендеров [1].

Предприятия негосударственной формы собственности в условиях валютного регулирования и высокой конкуренции не столько внутри сектора малого и среднего бизнеса, сколько с государственными организациями, вовсе не имеют стимулов заниматься инновационной деятельностью, а предпочитают работать в торговле и общественном питании — 40,9 % [6].

На первый взгляд, в Беларуси на законодательном уровне созданы условия для развития предпринимательства: действует закон Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. «О поддержке малого

и среднего предпринимательстве»; реализуется Государственная программа поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь на 2010–2012 годы (постановление Совета Министров № 1721 от 28.12.2009 г.); действует Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства»; Директива Президента Республики Беларусь № 4 от 31.2.2010 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь».

Однако практика правоприменения, сложные бюрократические механизмы согласования решений, противодействие развитию честной, открытой конкуренции со стороны целого ряда государственных предприятий и структур препятствуют развитию предпринимательства в Республике Беларусь [7].

«Обнажают» приведенные выше проблемы и результаты экспертно-аналитического исследования и сопровождающий его рейтинг стран мира по показателю уровня развития инноваций «Глобальный индекс инноваций» (The Global Innovation Index), проведенного по методике международной бизнес-школы INSEAD (Франция). Глобальный индекс инноваций составлен из 80 переменных, которые детально характеризуют инновационное развитие стран мира, находящихся на разных уровнях экономического развития, и рассчитывается как взвешенная сумма оценок двух групп показателей [3]:

1. Располагаемые ресурсы и условия для проведения инноваций (Innovation Input): Институты; Человеческий капитал и исследования; Инфраструктура; Развитие внутреннего рынка; Развитие бизнеса.

2. Достигнутые практические результаты осуществления инноваций (Innovation Output): Развитие технологий и экономики знаний; Результаты креативной деятельности.

Согласно результатам исследования Беларусь в 2012 году заняла 78 место из 141 в общем рейтинге. В Восточной Европе наша страна занимает последнюю позицию, уступая лидирующей Чехии (27 место) 51 позицию и имея наихудшие показатели по Развитию бизнеса (105 место в мире) и Результатам креативной деятельности (117 место в мире). Оставляет желать лучшего также и развитие институтов в нашей стране — 107 место в мире. При этом неплохие позиции наша страна занимает по развитию Человеческого капитала и исследованиям (45 место в мире) и Развитию технологий и экономики знаний (44 место в мире).

Таким образом, белорусская экономика имеет ряд особенностей, создающих препятствия на пути возникновения государственно-частного партнерства в научно-технической сфере:

1. сохранение структуры и объема экономики советского периода с доминирующей ролью государственного сектора;

2. попытка сочетать административные методы управления, основанные на директивных плановых показателях, с рыночными механизмами;

3. расширение участия государства в инновационном процессе не в качестве регулятора сетевых взаимодействий, а в качестве активного участника процесса;

4. низкое стимулирование инновационной активности бизнеса;

5. отсутствие мотивации развития малых инновационных компаний и коммерциализации технологий, созданных за счет государственного бюджета.

Государство должно устранять системные недостатки, препятствующие государственно-частному партнерству, а также создавать стимулы для развития инновационной деятельности хозяйствующих субъектов, решая следующие задачи [4, с. 422—427]:

1. Формирование долгосрочной стратегии инновационного развития, т. к. государство по уровню и горизонту своего видения и своей ответственности далеко превосходит горизонт и ответственность предпринимателей.

2. Формирование инновационного климата, правовых рамок и норм осуществления инновационной деятельности предпринимателя с учетом специфических условий ее осуществления, высокого риска.

3. Осуществление инноваций в рыночном секторе экономики. Ни население, ни предприниматели не могут в полном объеме взять на себя инновационное обновление фундаментальной науки, государственного управления, обороны, правопорядка, экологического мониторинга и т. п.

4. Освоение и распространение базисных инноваций в рыночном секторе экономики. Базисные инновации требуют крупных инвестиций с немалым сроком окупаемости, на что обычно не способны предприниматели. Поэтому государство призвано брать на себя стартовые вложения в освоение новых поколений техники (технологий) в партнерстве с предприятиями, постепенно увеличивая их долю и передавая в их ведение поток улучшающих инноваций.

5. Содействие развитию инновационной инфраструктуры и малого инновационного бизнеса.

6. Подготовка кадров для инновационной деятельности.

7. Регламентация и защита интеллектуальной собственности.

Эффективное решение приведенных выше задач, ответственность за которые может взять на себя только государство, с учетом имеющихся заделов в развитии человеческого потенциала и экономики знаний позволит создать в нашей стране условия для успешной реализации проектов ГЧП в научно-технической сфере.

Реализация проектов государственно-частного партнерства в инновационной сфере в Беларуси в свою очередь будет содействовать повышению конкурентоспособности ведущих отраслей экономики, структурной диверсификации экономики на основе инновационного технологического развития, снижению предпринимательских и инвестиционных рисков, либерализации экономической среды, совершенствованию организационных, экономических и правовых механизмов социально-экономического развития.

Список литературы:

1. ВБ: госсектор Беларуси неэффективен // Беларускі бізнэс: экономика. 11.07.2012.
URL: http://economics.bel.biz/news/vb_gossektor_belarusi_neeffektiven/ (дата обращения: 11.08.2012).
2. Встреча с экспертами Европейской экономической комиссии // Министерство экономики Республики Беларусь: новости.21.03. 2012.URL: http://www.economy.gov.by/ru/news/vstrecha-s-ekspertami-evropejskoj-ekonomicheskoy-komissii_i_0000001465.html (дата обращения: 25.07.2012).
3. Глобальный индекс инноваций — информация об исследовании //Центр гуманитарных технологий — Экспертно-аналитический портал: Исследования. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index/info> (дата обращения: 11.08.2012).
4. Кузык Б., Яковец Ю. Россия — 2050. Стратегия инновационного прорыва. ЗАО «Издательство «Экономика», М. 2005. 621 с.
5. Обзор инновационного развития Республики Беларусь / ЕЭК Организации Объединенных Наций: Женева и Нью-Йорк, 2011. 204 с.
6. Скриба А. Экономическое положение МСП в посткризисный 2010 год // Исследовательский центр ИПМ: дискуссионные материалы.02. 2011. URL: <http://www.research.by/publications/dp/pdp1102/> (дата обращения: 11.08.2012).
7. Состояние делового климата в Беларуси и мире на начало 2012 года // ОО «Минский Столичный Союз Предпринимателей и Работодателей»: Платформа бизнеса 2012. 04.05.2012. URL: <http://allminsk.biz/content/view/29035/855/> (дата обращения: 11.08.2012).
8. Шигильчѳв М.А. Механизм государственно-частного партнерства в инновационной сфере // Вестник Чувашского университета. 2010. № 4. С. 479—483.

СЕКЦИЯ 4.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Зыкова Светлана Ильинична
магистр менеджмента БрПК,
г. Братск
Email: svzykova@yandex.ru

Стратегия организации — это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей. Это определение сформировано для промышленных предприятий.

Стратегия — сложное и потенциально мощное оружие, с помощью которого современная организация может противостоять меняющимся условиям. Однако это — непростое оружие. Его внедрение и использование обходятся недешево, но есть веские доказательства того, что внедрение стратегического управления оправдывает себя с лихвой, особенно для организации, оказавшейся в условиях нестабильности.

Стратегический менеджмент необходим для достижения результативности в конкурентоспособной среде. В основном все учебники, статьи написаны для промышленных организаций, в то время как для образовательных учреждений это тоже актуально. Актуальность состоит в том, что конкурентность на рынке образовательных услуг возрастает и для достижения высокого уровня результативности необходим грамотный подход в области стратегического менеджмента в образовании. Поэтому необходимо адаптировать стратегический менеджмент для предприятий к стратегическим потребностям образовательных учреждений.

Существует четыре основных типа стратегий.

Стратегии концентрированного роста — стратегия усиления позиций на рынке образовательных услуг, стратегия развития системы образовательных услуг, стратегия развития самих образовательных услуг.

Стратегии интегрированного роста — стратегия обратной вертикальной интеграции, стратегия вперед идущей вертикальной интеграции.

Стратегии диверсификационного роста — стратегия центрированной диверсификации, стратегия горизонтальной диверсификации.

Стратегии сокращения — стратегия ликвидации, стратегия «сбора урожая», стратегия сокращения, стратегия сокращения расходов.

По своему существу стратегия есть набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности. Она включает общие принципы, на основе которых менеджеры данной организации могут принимать взаимоувязанные решения, призванные обеспечить координированное и упорядоченное достижение целей в долгосрочном периоде.

Существуют четыре различные группы правил:

1. Правила, используемые при оценке результатов деятельности организации в настоящем и в перспективе. Качественную сторону критериев оценки обычно называют ориентиром, а количественное содержание — заданием.

2. Правила, по которым складываются отношения организации с ее внешней средой, определяющие: какие виды деятельности и технологии она будет разрабатывать, каким образом добиваться превосходства над конкурентами. Это набор правил называется продуктивно-рыночной стратегией или стратегией бизнеса.

3. Правила, по которым устанавливаются отношения и процедуры внутри организации. Их нередко называют организационной концепцией.

4. Правила, по которым фирма ведет свою повседневную деятельность, называемые основными оперативными приемами.

Сформулированная стратегия должна быть использована для разработки стратегических проектов методом поиска. Роль стратегии в поиске состоит в том, чтобы, во-первых, помочь сосредоточить внимание на определенных участках и возможностях; во-вторых, отбросить все остальные возможности как несовместимые со стратегией.

Необходимость в прежней стратегии отпадает, как только реальный ход развития выведет организацию на желательные события. В ходе формулирования стратегии нельзя предвидеть все возможности, которые откроются при составлении проекта конкретных мероприятий. Поэтому приходится пользоваться сильно

обобщенной, неполной и неточной информацией о различных альтернативах.

Как только в процессе поиска открываются конкретные альтернативы, появляется и более точная информация. Однако она может поставить под сомнение обоснованность первоначального стратегического выбора. Поэтому успешное использование стратегии невозможно без обратной связи.

Важнейшими стратегическими целями образовательного учреждения является создание условий для повышения его конкурентоспособности в сфере образовательных услуг профессиональной подготовки молодежи.

Уровни стратегии в организации кардинально отличаются от уровня стратегии в образовательном учреждении

Первый уровень — аналитический. Здесь проводят поэтапный анализ всех подразделений и структур образовательного учреждения. Выявляют недостатки и положительные моменты предыдущих стратегий. Определяют были ли реализованы поставленные задачи, достигнуты ли цели и т. д.

Второй уровень — определение стратегической цели. На этом уровне разрабатывается направление развития образовательного учреждения, выражается смысл существования образовательного учреждения. Основной целью предполагается — повышение конкурентоспособности образовательного учреждения в сфере образовательных услуг.

Третий — выбор стратегии. На этом этапе определяют, пути достижения стратегической цели и реализацию своей миссии.

Четвертый уровень — выполнение. Необходимо должным образом вовлечь имеющийся у образовательного учреждения потенциал для реализации стратегии. В особенности это относится к использованию трудового потенциала.

Следующие уровни — это оценка и контроль выполнения стратегии. Являются логически последним процессом, осуществляемым в стратегии образовательного учреждения. Для осуществления оценки и контроля необходимо определить: показатели оценки, эталоны оценки и контроля, выяснение причин отсутствия результативности, осуществление корректировки, если необходима и возможна. На данном уровне контроль и оценка направлены на выяснение того, в какой мере реализация стратегии приводит к достижению целей образовательного учреждения.

Разнообразие стратегий, применяемых в стратегическом менеджменте, весьма затрудняет их классификацию. Среди классификационных признаков наиболее существенны следующие:

- уровень принятия решений;
- базовая концепция достижения конкурентных преимуществ;
- стадия жизненного цикла отрасли;
- относительная сила отраслевой позиции организации;
- степень «агрессивности» поведения организации

в конкурентной борьбе.

Усложняющим фактором является то, что большинство стратегий не может быть определено по одному из признаков. Забелин П.В. и Моисеева Н.К. предлагают классифицировать все стратегии по трем признакам:

- принадлежность к пяти основополагающим стратегиям достижения конкурентных преимуществ (глобальные стратегии);
- принадлежность к стратегиям управления портфелем сфер бизнеса (портфельные стратегии);
- принадлежность к стратегиям, применяемым в зависимости от внешних и внутренних условий (функциональные).

На каждое стратегическое преимущество найдется своя слабая сторона или недостаток: любая стратегия имеет свои плюсы и минусы, имеющие отношение к ее содержанию.

1. Стратегия задает направление

Достоинства: Основной смысл стратегии — указывать организации надежный курс развития в существующих условиях. Недостатки: Стратегический курс может, как шторы, заслонить потенциальные опасности. Направление имеет огромное значение, но иногда более целесообразно снизить скорость, замедлить ход, внимательно, обращая внимание на то, что происходит по сторонам, чтобы в нужный момент изменить поведение.

2. Стратегия координирует усилия

Достоинства: Стратегия способствует координации деятельности. В отсутствие стратегии в организации воцаряется хаос, когда менеджмент «тянет воз» в разные стороны. Недостатки: Чрезмерная координация прилагаемых усилий ведет к воцарению «группового мышления» и утрате периферийного зрения, благодаря которому нередко замечаем новые возможности. Принятая стратегия довлечет над организацией, пронизывая каждую ее клеточку.

3. Стратегия характеризует организацию

Достоинства: Стратегия отражает в общих чертах характер организации и демонстрирует ее отличительные особенности.

Стратегия дает не только ключ к общему пониманию организации, но и удобную возможность разобраться в том, как она «ведет дела». Недостатки: Определение организации через ее стратегию может оказаться слишком упрощенным, вплоть до использования стереотипов, в результате чего остаются незамеченными размах и сложность системы.

4. Стратегия обеспечивает логику

Достоинства: Стратегия устраняет неопределенность и обеспечивает порядок. В этом смысле она сродни теории, упрощающей и объединяющей мир и облегчающей действие когнитивной структуры. Недостатки: Ральф Уолдо Эмерсон сказал, что «глупая логика — это признак, преследующий недалеких людей...» Творчество не терпит последовательности — творец находит новые сочетания явлений, дотоле считавшихся несовместимыми. Любая стратегия, как и любая теория, есть упрощение, неизбежно искажающее реальность.

Когда существует твердое убеждение в своих действиях, как правило, удается добиться очень высоких результатов. Именно в этом и состоит роль стратегии: с ее принятием снимаются основные проблемы, и люди, определившись в главном, вместо дискуссий о выборе наилучшего предложения обращают внимание на детали — выбор конкретных целей.

Отсутствие стратегии далеко не всегда является отрицательным фактором. Продуманные действия способствуют повышению гибкости организации и в отсутствие единой стратегии. Организации, характеризующиеся жесткой системой контроля, приверженностью к формальным процедурам и стремлением к постоянству, утрачивают способность к инновациям и экспериментам.

Список литературы:

1. Мировая экономика // Стратегическое управление [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.eREPORT.ru>
2. Петров А.Н. Стратегический менеджмент / Под. ред. А.Н. Петрова. — СПб: Питер, 2010. — 496 с.
3. Руднев В.А. Миссия, стратегия и практические действия. // Директор школы. — 2006. — № 8.

СЕКЦИЯ 5.

ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИБЫЛИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Садовская Татьяна Андреевна

*ассистент кафедры «Финансы и кредит»,
Ростовский Государственный Строительный университет,
г. Ростов-на-Дону,
E-mail: sadtan@list.ru*

В современных условиях развития рыночной экономики формирование и использование прибыли хозяйствующим субъектом играет основополагающую роль в его деятельности.

Вопросу формирования прибыли огромное значение в своих работах уделяли такие ученые, как Ковалев В.В., Бланк И.А., Дж. Ван Хорн, Федорович Т.В., Чернов В.И., Шамхалов Ф.Р. и другие.

Механизм формирования и распределения прибыли АО характеризуется как механизм взаимосвязи и взаимодействия основных элементов ее формирования: доходов, расходов, в том числе налогов и факторов, на нее влияющих, и является составной частью финансового механизма.

Процесс формирования и распределения прибыли также целесообразно рассматривать с позиции 1) бухгалтерского и 2) экономического подходов к ее определению.

Известно, что необходимым условием получения прибыли является определенная степень развития производства, обеспечивающая превышение выручки над затратами (издержками) по производству. Главная факторная цепочка, формирующая прибыль, может быть представлена следующим образом:

Затраты → Объём производства → Прибыль (1)

Для обеспечения безубыточной деятельности организации и как следствие достижения наилучших финансовых результатов, составляющие данной цепочки должны находиться под постоянным вниманием и контролем.

Рассматривая механизм формирования прибыли отдельное внимание необходимо уделять отложенному налогообложению.

По российским стандартам бухгалтерского учета (РСБУ) отложенные налоги регулируются ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль», а по МСФО — МСФО (IAS) 12 «Налоги на прибыль». По РСБУ осуществляется расчет отложенных налогов на основе отчета о прибылях и убытках, а в МСФО используется балансовый метод расчета налогов [3]. Поскольку бухгалтерское и налоговое законодательство существенно отличаются, то прибыль по бухгалтерскому учету отличается от налоговой. Так, в бухгалтерском учете прибыль формируется как часть дохода, отражающего финансовый результат деятельности организации, которым могут распоряжаться собственники, а в налоговом учете прибыль — величина, выступающая базой для расчета налога на прибыль, поскольку в налоговом учете отражаются не все хозяйственные операции и не все расходы, а только учитываемые в целях налогообложения и в пределах установленной суммы [1]. При этом система налогового учета должна обеспечить порядок первичной регистрации фактов хозяйственной деятельности, отнесения их к соответствующим доходам или расходам и формирования показателей налоговой декларации. Разницы в учетах могут быть постоянными и временными. Постоянные различия возникают, когда доходы (расходы), отраженные в бухгалтерском учете, не учитываются при расчете налога на прибыль, как в текущем, так и в будущих периодах, а временные — когда доходы (расходы) не учитываются в текущем периоде, но будут учтены в будущих периодах и, наоборот. Временные различия ведут к признанию отложенных налоговых активов (обязательств). В результате текущий налог на прибыль определяется следующим образом:

$$НП_T = РНП_y + ПНО - ПНА - ОНО + ОНА, \quad (2)$$

где $НП_T$ — текущий налог на прибыль;

$РНП_y$ — условный расход по налогу на прибыль;

$ПНО$ — постоянные налоговые обязательства;

$ПНА$ — постоянные налоговые активы;

$ОНО$ — отложенные налоговые обязательства;

$ОНА$ — отложенные налоговые активы.

Отложенные налоговые обязательства приводят к уменьшению налоговых платежей по налогу на прибыль в отчетном периоде, а отложенные налоговые активы, наоборот, — увеличивают их.

В результате налог на прибыль к уплате в текущем периоде определяется как:

$$РНП_y = \frac{ПБ}{У} \times H_{CT}, \quad (3)$$

где $РНП_y$ — условный расход по налогу на прибыль;

$ПБ$ — бухгалтерская прибыль;

$У$ — убыток;

H_{CT} — ставка налога

Информация о финансовом результате деятельности организации в отечественной практике отражается в форме 2 «Отчет о прибылях и убытках», в международной — «Отчете о совокупном доходе» или в двух взаимосвязанных отчетах: «Отчете о прибылях и убытках» и «Отчете о совокупном доходе» [3].

В основу построения действующего отчета о прибылях и убытках по РСБУ положена классификации доходов и расходов по отношению к видам экономической деятельности организации развернутым способом формирования показателей, он имеет последовательную структуру представления информации. Статьи отчета о прибылях и убытках группируются поэтапно (многоступенчато) — группировка доходов и расходов на основе выбранного классификационного признака, при этом возникают промежуточные итоги, характеризующие определенный вид деятельности организации.

Отчет о прибылях и убытках выступает связующим звеном между прошлым и нынешним отчетными периодами и показывает, за счет чего произошли изменения в бухгалтерском балансе отчетного периода по сравнению с прошлым.

Следует подчеркнуть, что такой подход к формированию и представлению отчета о прибылях и убытках характерен для всех развитых западных стран, основным вопросом при его формировании выступает совокупность представляемых показателей.

Порядок формирования финансового результата в отечественной практике можно представить в виде схемы (рисунок 1).

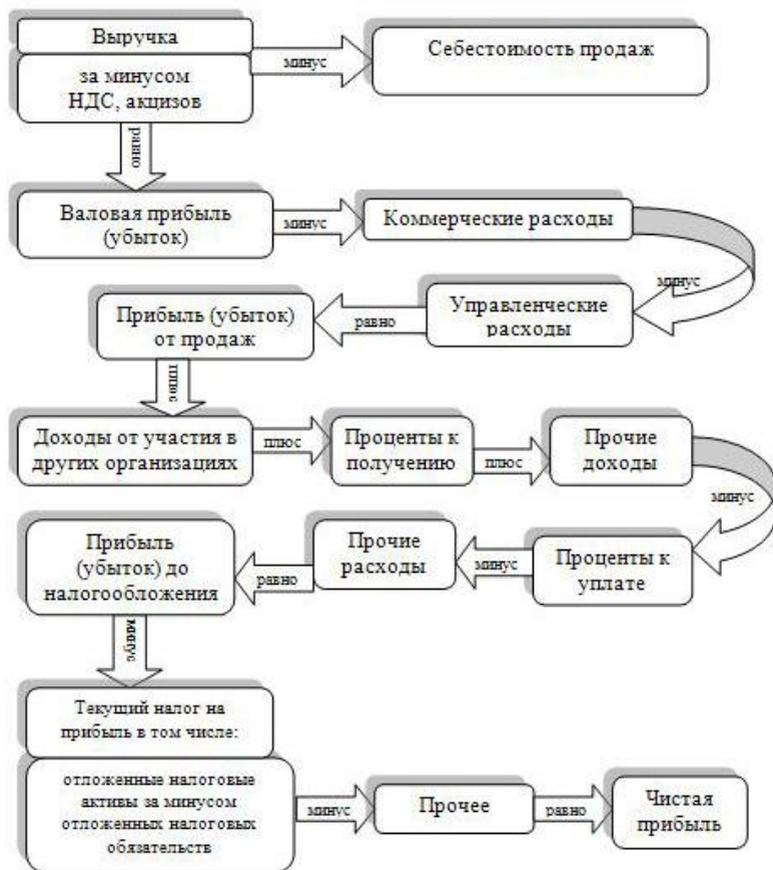


Рис. 1. Схема формирования финансового результата в отечественной практике

Так, в общем виде прибыль организации — разница между выручкой и общими издержками обращения.

Составляющими валовой прибыли выступают:

- прибыли (убытки) от реализации товаров, исчисляемой в виде разницы между выручкой без налога на добавленную стоимость и акцизов и затратами, включенными в себестоимость продукции;
- прибыли (убытки) от реализации основных фондов и иного имущества, определяемой для целей налогообложения как разница

между ценой продажи и остаточной стоимостью этих фондов и имущества;

- доходов (расходов) от внереализационных операций.

Величина валовой прибыли, уменьшенная на сумму коммерческих и управленческих расходов, представляет собой прибыль (убыток) от продаж.

Для налогообложения финансовый результат корректируется на суммы доходов от участия в других организациях, процентов к получению (уплате) прочих доходов за вычетом соответствующих расходов. В результате получается прибыль (убыток) до налогообложения.

Остаток налогооблагаемой прибыли после уплаты налогов и других обязательных платежей, поступающих в бюджет, составляет чистую прибыль, на величину которой влияют отложенные налоговые обязательства (активы).

По МСФО в отчете о совокупном доходе статьи доходов и расходов показываются развернуто (отдельно доходы и расходы) с тем, чтобы пользователи информации правильно оценивали эффективность отдельных их видов (рисунок 2).

Это требование обусловлено необходимостью агрегирования информации со сходными характеристиками и разделения статей с различными характеристиками.

Реализованная прибыль — это полученная (заработанная) или причитающаяся к получению по состоявшимся сделкам прибыль, а нерезализованная прибыль — результат бухгалтерских оценок, имеющих лишь вероятность реализоваться. Таким образом, исходя из информационных потребностей акционеров о рыночной стоимости, компания должна раскрывать информацию об изменении капитала компании в целом, с распределением на следующие составляющие:

- изменение капитала за счет операций с ее собственниками;
- изменение капитала вследствие всех доходов и расходов, включая: реализованную прибыль, и нерезализованную прибыль, то есть прибыль, отражающую рост капитала собственников компании.

Согласно МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» в отчете о совокупном доходе организация должна представить все статьи доходов и расходов, признанные за период: в одном отчете о совокупном доходе или в двух отчетах: отчете, отражающем компоненты прибыли или убытка (отдельный отчет о прибылях и убытках), и во втором отчете, начинающемся с прибыли или убытка и отражающем компоненты прочего совокупного дохода (отчет о совокупном доходе) [5].

Организации необходимо представить анализ расходов, признанных в составе прибыли или убытка, с использованием классификации, основанной либо на характере затрат, либо на их функции в рамках организации в зависимости от того, какой из подходов обеспечивает надежную и более уместную информацию

Обстоятельства, при которых статьи доходов и расходов подлежат отдельному раскрытию, включают следующие:

- уценка запасов до величины чистой цены продажи или стоимости основных средств до возмещаемой стоимости, а также реверсирование таких списаний;
- реструктуризация деятельности организации и реверсирование любых оценочных резервов по затратам на реструктуризацию;
- выбытие объектов основных средств, инвестиций;
- прекращенная деятельность;
- урегулирование судебных споров;
- прочие реверсивные записи в отношении резервов.

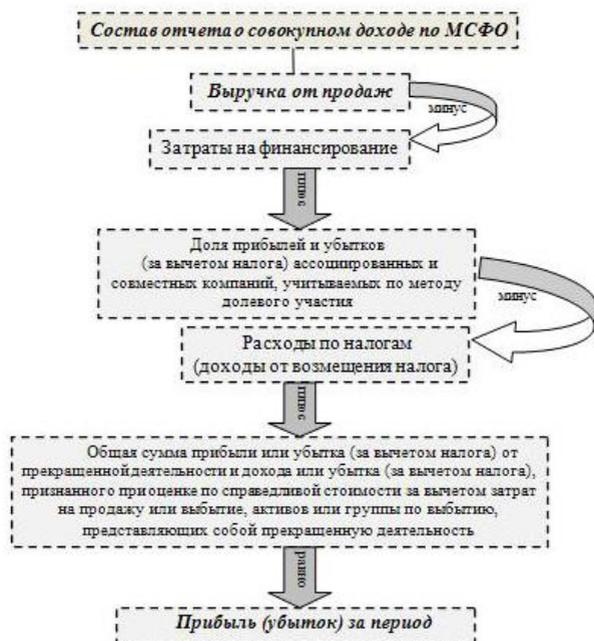


Рис. 2. Схема формирования финансового результата по МСФО

Рассматривая процесс формирования финансового результата деятельности хозяйствующего субъекта, целесообразно рассмотреть порядок налогообложения в российской практике.

Налоговые платежи играют важную роль в управлении прибылью до налогообложения организации, определяя не только размеры этой прибыли, но и способы достижения главной цели управления ею — обеспечение повышения уровня благосостояния собственников в текущем и перспективном периоде.

В механизме формирования прибыли до налогообложения организации важно учитывать источники уплаты налогов, сборов и иных налоговых платежей (таблица 1).

Таблица 1.

Источники уплаты налогов, сборов и иных налоговых платежей в процессе формирования прибыли до налогообложения согласно российскому законодательству

Налоги, включаемые в цену продукции	Налоги, относимые на себестоимость	Прочие расходы
Налог на добавленную стоимость (НДС)	Страховые отчисления в: — фонд социального страхования, — пенсионный фонд, — фонд обязательного медицинского страхования	Платежи за пользование недрами
Акцизы	Транспортный налог	Плата за негативное воздействие на окружающую среду
	Налог на имущество и др.	Земельный налог Водный налог и др.

Наряду с исследованием механизма формирования прибыли, считаем необходимым подробно рассмотреть процесс ее распределения. Поскольку объектом распределения является прибыль организации до налогообложения, то под ее распределением понимается направление прибыли в бюджет и по статьям использования в организации. Соответственно, прибыль, остающаяся в распоряжении организации, подразделяется на две части, одна из которых увеличивает ее имущество и участвует в процессе накопления, а другая — предназначается для потребления.

Остаток прибыли, не использованной на увеличение имущества, в последующем может быть направлен для покрытия возможных убытков либо финансирования возникших затрат.

Распределение той части прибыли, которая поступает в бюджеты разных уровней в виде налогов и других обязательных платежей

регулируется законодательно, а определение направлений расходования прибыли, остающейся в распоряжении организации, структуры статей ее использования находится в компетенции АО.

Среди налогов, сборов и других обязательных платежей, уплачиваемых за счет прибыли до налогообложения, основное место принадлежит налогу на прибыль, далее — налог на имущество организаций.

Остаток нераспределенной прибыли до ее распределения может использоваться в обороте организации для финансирования плановых мероприятий, а также направлен на выпуск дополнительных акций. Эти мероприятия могут иметь производственный характер в случае направления денежных средств на развитие и расширение производства, модернизацию используемого оборудования и непроизводственный характер — при использовании денежных средств на мероприятия социального характера и материальную поддержку работников организации, и другие цели, не связанные с производством продукции либо долгосрочными или финансовыми вложениями организации.

Порядок распределения и использования прибыли хозяйствующим субъектом фиксируется в его учредительных документах и определяется положением, разрабатываемым соответствующими подразделениями экономических служб, утверждается руководящим органом организации. В соответствии с учредительными документами организации могут определять направления использования прибыли. Нормативы таких отчислений из прибыли по соответствующим направлениям устанавливаются непосредственно обществом по согласованию с акционерами.

Согласно законодательству и учредительным документам из чистой прибыли, остающейся в распоряжении организации, создаются резервный фонд и другие фонды и резервы в целях своеобразного страхования, поскольку функционирование АО происходит в условиях неопределенности и риска.

Формирование, распределение и использование прибыли были и остаются одними из главных направлений не только в финансово-экономической деятельности организации, но и в экономике в целом. На протяжении многих столетий данной проблематикой занимались

ученые экономисты, но и сейчас в условиях неопределенности и риска механизм оптимального формирования, распределения и использования прибыли является первостепенной задачей любого хозяйствующего субъекта.

Список литературы:

1. Бланк И.А. Управление прибылью. / 2-е изд., расш и доп. Киев: Ника-Центр: Эльга, 2007. — 768 с. 1000 экз. — ISBN 978-966-521-429-8.
2. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Тк Велби, Изд-во Проспект, 2009. — 1024 с. ISBN 978-5-482-01505-6.
3. Минфин РФ. Приказы. О введении в действие Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации: прик.: [зарег. в Минюсте РФ 05.12.2011 N 22501]
4. Минфин РФ. Приказы. О формах бухгалтерской отчетности организаций: прик.: [зарег. в Минюсте РФ 02.07.2010 N 66 н ред. от 05.10.2011]
5. Минфин РФ. Приказы. Законы. Представление финансовой отчетности: прик.: [зарег. в Минюсте РФ 25.11.2011 N 160н]
6. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс Российской Федерации: [федер. закон : принят Гос. Думой 19 июля 2000 г. одобр. Советом Федерации 26 июля 1998 г.].
7. Семенов В.В. Философия: итог тысячелетий. Философская психология / В. В. Семенов ; Рос. акад. наук, Пушин. науч. центр, Ин-т биофизики клетки, Акад. проблем сохранения жизни. — Пушкино : ПНЦ РАН, 2000. — 64, [3] с. ; 22 см. — Рез.: англ. — Библиогр.: с. 60—65. — 200 экз. — ISBN 5-201-14433-0.
8. Федорович Т.В. Информационно-аналитическое обеспечение экономических интересов субъектов корпоративных отношений. // — Новосибирск: САФБД, 2008. — 417 с.
9. Хендриксен Э.С. Теория бухгалтерского учета. / Э.С. Хендриксен, М.Д. Ван Бреда / под ред. Я.В. Соколова. — М. :Финансы и статистика, 2000. — 576 с.: ил. — (Серия по бухгалтерскому учету и аудиту) ISBN 5-279-01669-1.

ПРИНЦИПЫ ОПТИМИЗАЦИИ ПРИНИМАЕМЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕШЕНИЙ СУБЪЕКТАМИ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА

Лисицкая Татьяна Сергеевна

*канд. экон. наук, доц. кафедры «Финансы и кредит», РГСУ,
г. Ростов-на-Дону*

E-mail: Tania_Lisitskaia@rambler.ru

Вопросы управления и политики использования финансовых ресурсов хозяйствующих субъектов имеют ключевое значение для теории и практики финансового менеджмента. Привлекаемые потоки денежных средств на уровне хозяйствующих субъектов направляются в наиболее рентабельные отрасли, делая возможным их приоритетное развитие.

Одним из ключевых условий конкурентоспособности хозяйствующего субъекта является формирование финансово-инвестиционной стратегии, охватывающей вопросы решений долгосрочного характера, выбора из имеющихся инвестиционных альтернатив и возможности привлечения источников финансовых ресурсов. Это связано с необходимостью оптимизации объемов, структуры и направлений использования источников финансовых ресурсов как базиса роста, а также расширением финансового базиса иных, помимо инвестиций, направлений органического развития корпоративного сектора. Все вышеназванные условия учитываются хозяйствующими субъектами различных отраслей, но особенно они важны в финансовом менеджменте субъектов строительного сектора.

Оптимизация использования финансовых ресурсов должна трактоваться с учетом изменчивости экономической среды, так как оптимизация в различных фазах делового цикла может быть истолкована различным образом. В этой связи необходимо уточнить ряд положений, связанных с динамическим определением оптимальности финансовых ресурсов с точки зрения их использования и привлечения.

Важной чертой существующей системы экономических отношений является её способность одновременно решать двуединую задачу: поддержание индивидуалистичности и автоматизма. С одной стороны, в рамках системы распределение ресурсов осуществляется посредством соответствующего распределения вознаграждения (ренды, процента, прибыли), с другой — взаимоотношения между

индивидами определяются меркантильными мотивами каждого из них. Современное экономическое общество организовано на принципах, согласно которым финансовые ресурсы распределяются собственниками таким образом, чтобы максимизировать их финансовый результат. Наилучший вариант действий, обеспечивающий максимальный результат (в терминах чистых стратегий), принято называть оптимальным, а процесс поиска этого варианта оптимизацией (*прим. а*).

Оптимизацией в условиях неполной информации считают такое поведение одного из антагонистов, которое приводит к максимизации результата, а разность между чистой и оптимальной стратегией есть дополнительный выигрыш информированного антагониста. С этой точки зрения полнота и неполнота информации является результатом субъективной оценки лица принимающего решение (ЛПР). Следовательно, эффективность решения, оцениваемая ЛПР, всегда будет считаться субъективной. Информация в принятии решения должна в первую очередь использоваться для достижения оптимальных (максимизирующих выигрыш) финансовых результатов.

Таким образом, производственный процесс сводится к информационно-упорядоченному набору действий в отношении комбинирования факторов производства, предопределяемых наличием и структурой источников финансовых ресурсов. При этом следует помнить, что необходимые для определения оптимального размера производства величины (соотношение между отдельными факторами производства и размером основных производственных единиц) не являются константами, и произвольное или непроизвольное их изменение влечет соответствующее изменение оптимального размера отдельной производственной единицы. По мнению В. Леонтьева [3, с. 252], количественные изменения в размерах отдельных производственных единиц вызываются тенденцией к оптимизации. Он полагал, что превышение оптимума производственных единиц над фактическим размером приводит к «концентрации», в противном случае — к «децентрализации». В то же время В. Леонтьев считал, что «большинство корпораций, объединений и трестов, типичных для современного экономического процесса, было вызвано к жизни стремлением к технологическому, а не экономическому оптимуму».

Рассматривая организацию распределения финансовых ресурсов в рамках экономической системы, необходимо выделить три аспекта:

1. Субъекты экономической системы как организованной единицы должны принимать решение об относительной важности

различных вариантов распределения ресурсов для удовлетворения существующих потребностей и ориентации производства.

2. Субъекты экономической деятельности организуют мобилизацию финансовых ресурсов на различные виды их использования посредством существующих рыночных механизмов.

3. Одновременно с использованием имеющихся ресурсов для удовлетворения текущих потребностей субъекты экономики сберегают часть своих ресурсов на цели увеличения объема этих ресурсов, повышения эффективности их использования путем разработки более совершенных технологий производства, механизмов распределения и количественного и качественного роста самой экономической системы.

Решая динамические задачи развития, субъекты экономики неизбежно сталкиваются с проблемой выбора варианта действий при принятии финансовых решений. В условиях ограниченности финансовых ресурсов, любое решение всегда будет одновременно затрагивать несколько целей. Использование ресурсов на одни цели сказывается на возможностях достижения других. Таким образом, принятие решения — это выбор определенного сочетания целей действий и способа использования имеющихся ресурсов. Задача заключается в том, чтобы из множества целей, которые могут быть достигнуты при имеющихся ресурсах, выбрать наиболее предпочтительное их сочетание и одновременно найти наилучшие способы достижения этих целей.

Существуют различные подходы к изучению теории целенаправленного поведения, которые в своих формулировках могут быть тождественны, но, в тоже время, в них уточняются некоторые положения. Так, например Ф.Х. Найт [6], считал, что, оказавшись перед лицом различных вариантов поступка или образа действий, допускающих вариации количественных характеристик, ЛПР стремится комбинировать эти варианты в такой пропорции, чтобы физически взаимосвязанные количественные характеристики или степень участия в выборе каждого из вариантов обладали одинаковой для него полезностью. Таким образом, принимая во внимание принцип оптимальности, при использовании ограниченных ресурсов в соперничающих друг с другом областях применения, субъекты экономики должны стремиться распределить ресурсы между доступными им альтернативными вариантами их использования таким образом, чтобы отдача от равных объемов ресурсов была эквивалентна во всех этих областях.

Для принятия наилучшего (оптимального) решения необходимо произвести объективную оценку возможных вариантов действий. Исходным методологическим и методическим принципом объективной оценки является системный подход. В своих трудах Е.С. Вентцель отмечает, что «в настоящее время в связи с ростом масштабов и сложности операций все чаще приходится решать задачи оптимального управления так называемыми «сложными системами», включающими большое число элементов и подсистем и организованными по иерархическому принципу... оптимизируя работу одного звена сложной системы, нельзя забывать о связях, имеющихся между разными звеньями системы, между разными уровнями иерархии» [2, с. 50].

Таким образом, финансовый менеджмент, ориентированный на оптимальность привлечения финансовых ресурсов, являясь сложно организованным и иерархически устроенным процессом, должен быть рассмотрен с точки зрения системной оценки, так как это — средство повышения эффективности управления в целом.

Исследуя проблемы противопоставления оптимальных целей экономической системы и отдельных её частей, Т. Веблен [1] утверждает, что гибкая непрерывная взаимосвязь различных процессов, составляющих целостную систему, наиболее эффективным образом обеспечивает равновесное экономическое состояние общества, но финансовые интересы обладающих свободой действий экономических агентов необязательно служат гарантией сохранения нерушимого равновесия в промышленном производстве. Такие субъекты экономики имеют весьма многообразные потребности и широкомасштабные финансовые операции, состояние которых, как правило, далеко не всегда связано с безупречным функционированием определенного subprocessa в рамках индустриальной системы. Таким образом, принимаемые экономическими агентами действия в отношении формирования и распределения финансовых ресурсов обусловлены конъюнктурой промышленной системы в целом, промежуточными корректировками или стечением обстоятельств, затрагивающим крупные ответвления системы. По мнению Т. Веблена [1, с. 29], отсутствует заинтересованность крупных бизнесменов в укреплении бесперебойного функционирования целостной индустриальной системы в той мере, в какой они связаны с последней. Они могут извлекать доход из определенного возмущения системы независимо от того, способствует оно большей гибкости последней или вносит в нее серьезные осложнения. Для бизнесмена, ставящего своей целью извлечь доход из промежуточных

корректировок или возмущений индустриальной системы, вопрос о том, оказывают ли его операции мгновенное поступательное или тормозящее воздействие на систему в целом, не имеет значения. Его цель — доход, а средство — возмущение индустриальной системы, за исключением ситуации, когда извлечение дохода осуществляется старомодным методом постоянного инвестирования в какое-либо промышленное или торговое предприятие. Таким образом, в результате управления промышленной деятельностью посредством финансовых трансакций возникает разрыв между интересами лиц, обладающих свободой соответствующих действий, и интересами экономического общества.

Вышесказанное свидетельствует о цикличности потребности в финансовых ресурсах, носящей переменный характер, что обуславливает дифференциацию опционности привлечения и отказа. Подлинно фундаментальная потребность обретает непрерывно возобновляемую долговременную значимость, и именно такой позиции необходимо придерживаться при применении оптимизационных подходов распределения ограниченных финансовых ресурсов.

По мнению Ф.Х. Найта [6, с. 65], фундаментальным фактом, связанным с потребностями, является их свойство вступать в противоречие друг с другом. Основой конфликта является ограниченность финансовых ресурсов для удовлетворения потребностей, которая приводит к конкуренции направлений использования этих ресурсов. Ограничение по ресурсам в форме единого денежного лимита обосновывается, прежде всего, тем, что детальное распределение фондов в натуральном выражении теряет свой смысл для сколько-нибудь отдаленного времени вследствие значительного возрастания неопределенности условий создания и функционирования систем в будущем.

С другой стороны, он указывает, что немаловажным методологическим принципом оценки использования финансовых ресурсов является свойство ресурсов быть объектом потребности, которое подразумевает их полезность. Полезность связана с понятием оценки, так как любая оценка это сравнение. Поскольку потребность соотносена с конфликтом, полезность соотносена с ограниченностью; интенсивность потребности и норма предложения средств удовлетворения этой потребности связаны между собой обратно пропорционально. Актуальным вопросом в этой связи является отвлечение конечных средств от одного вида использования на другой; это проблема выбора альтернативных вариантов и основанием

для того, чтобы одна потребность (или её удовлетворение) выступила в роли альтернативы другой, служит зависимость от общих ограничений средств удовлетворения. Конфликт полезностей, по мнению ряда исследователей, объясняется следующим образом — как хорошо известная альтернатива: либо получение удовлетворений от полезности ценой определенных усилий (альтернативных издержек), либо принесение полезности в жертву ради того, чтобы избавиться от приложения этих усилий.

Выбор полезности, таким образом, следует осуществлять, руководствуясь оптимальностью, которую В.Н. Спиццандель [7] отождествляет с качеством принимаемого решения (оптимальное решение задачи, оптимальный план, оптимальное управление), служащим характеристикой состояния системы или её поведения (оптимальная траектория, оптимальное распределение ресурсов, оптимальное функционирование системы) и т. п. При этом отмечается, что оптимум и оптимальность — не абсолютные понятия, и решение, найденное в одних условиях, с точки зрения одного критерия, может оказаться не лучшим в иных условиях и по другому критерию. К тому же в реальной экономике, носящей стохастический характер, оптимальное решение с точки зрения одного субъекта не обязательно будет являться наилучшим, поскольку оптимальный план действий может оказаться неустойчив — то есть любые, даже незначительные, отклонения во внешней и внутренней среде могут привести к резко отрицательным последствиям. Эффект неопределенности искажает теоретические корректировки баланса спроса и предложения на ресурсы. Следовательно, задачу оптимизации сильно усложняет наличие стохастических ограничений.

Важным условием выбора варианта решения, т. е. стремления к оптимальному решению, является показатель эффективности различных вариантов и конкретные условия, при которых этот эффект может быть достигнут. В этом контексте поиск оптимального решения может происходить в условиях достоверности (или определенности), риска (существует потенциальная изменчивость объективных характеристик какого-либо объекта или явления) и неопределенности (невозможно сделать достоверный прогноз или оценить вероятность действий различных объективных условий). Таким образом, принятие оптимальных решений, основанных на принципах системного подхода, позволяет субъектам экономики выбрать курс действий путем систематической актуализации целей, количественного сравнения (оценки) затрат, эффективности и риска, которые связаны

с каждой из альтернатив стратегии достижения целей, а также путем формулировки дополнительных альтернатив, если это необходимо.

В процессе оптимизации необходимо стремиться к определению целей, внутренне присущих каждому объекту, и к адекватному выражению этих целей в виде некоторой максимизирующей функции. Такая трактовка рационального экономического поведения связывается, во-первых, с ясным пониманием целей, знанием всего набора альтернативных путей и их достижения, и, во-вторых, отсутствием конфликтных целей, вступающих в противоречие с целями экономического объекта.

Попытки ввести неопределенность окружающих условий в рассмотрение и принять во внимание отсутствие точных знаний о состоянии системы в будущем приводят к неприменимости модели максимизирующего поведения (*прим. б*). Очевидно, что для достижения эффективного результата требуются некоторые корректирующие действия. Их необходимо приводить к пониманию механизма поиска рациональных экономических решений как многошагового адаптационного процесса постепенного уточнения и осознания перспективных и текущих целей исследуемой системы и возможностей их достижения в условиях конкретной ситуации. При этом задача выбора рационального набора действий понимается не как проблема максимизации, а как проблема «удовлетворения», которое наступает при совпадении найденных возможностей с заданным «уровнем стремлений».

Ряд ученых в своих трудах обращают внимание на тот факт, что действенных механизмов управления «сложными системами» пока не создано. На практике «системный подход» в исследовании сводится к тому, что каждое звено, работа которого оптимизируется, необходимо рассматривать как часть более обширной системы, и выяснять, как влияет работа данного звена на работу последней, что позволяет применять одновременно большее количество стратегий и финансовых инструментов.

Такую формулировку цели исследования теоретических принципов оптимизации можно свести к решению задач «субоптимизации» — общему принципу, на основе которого осуществляется принятие финансовых решений при системном подходе. Принятие решений на верхнем уровне организационной структуры представляет собой результат интеграции решений, принимаемых на нижних уровнях.

Принятие хозяйствующим субъектом любых стратегических, тактических и оперативных решений неразрывно связано

с финансовой стратегией, поскольку в системе рыночных отношений любое решение (действие) стремится максимизировать финансовый результат. Для достижения цели максимизации финансовых результатов в финансовой стратегии определяются задачи общей стратегии хозяйствующего субъекта, их финансирование на основе имеющихся в наличии ресурсов и возможных «опций».

В трудах ряда экономистов, работающих над проблемой целецентричности финансовой стратегии, последняя определяется как модель использования финансовых ресурсов потенциала в соответствии с заданной целью. Иначе говоря, финансовая стратегия есть последовательность принятия решений в отношении формирования и распределения располагаемых финансовых ресурсов на долгосрочную перспективу и достижимости «опций».

Однако, по нашему мнению, такой подход не включает важное обстоятельство — неопределенность и риск принимаемых стратегических решений. Нарастание тенденций глобализации национальных экономик указывает на то, что абсолютная эффективность принимаемых решений во времени t_0 может быть ущербна и аморальна в условиях, которые формируются в любой другой момент t_i . Следовательно, любое принимаемое решение в отношении привлечения и использования финансовых ресурсов будет решением, принимаемым в условиях энтропии (неопределенности).

Обобщая вышесказанное, важно отметить, что воззрения классиков приходится на период иных экономических формаций, в которых источниками возмущений и ограничений выступали факторы, отличные от факторов современной действительности. Результаты исследований большинства современных авторов сосредоточены на «стационарности» условий принятия решений экономическими агентами. Актуальное состояние экономики, её процикличность требует некоторых уточнений, обусловленных энтропией.

Энтропия (неопределенность) — это сложно классифицируемое явление, но в своем максимальном проявлении она может быть представлена в отраслях деятельности, которые по всем формальным признакам можно отнести к играм с природой (в терминах теории игр). Её учет при принятии финансовых решений может быть сведен к созданию и использованию «опций». Следовательно, качество финансовой стратегии следует оценивать с точки зрения тройственного критерия, включающего:

- эффективность использования финансовых ресурсов;
- эффективность привлечения финансовых ресурсов для удовлетворения потребностей;
- оценку «опций» привлечения и использования финансовых ресурсов.

С точки зрения целенаправленного поведения в условиях энтропии «опции» должны одновременно затрагивать как возможности привлечения и использования финансовых ресурсов, так и отказ от возможных «опций» привлечения и использования. Опционность в условиях неопределенности позволяет осуществлять адекватные изменения в финансовой, производственной, инвестиционно-инновационной политике хозяйствующих субъектов. Это приобретает особую актуальность в условиях процессов интеграции национальных финансовых рынков и концентрации капиталов, а также изменчивости рыночной конъюнктуры и зависимости состояния рынков от действий отдельных участников, способных оказывать возмущающее действие. В этой связи ключевым принципом ориентации оптимизационных подходов является поддержание локально-сбалансированного состояния.

Особенностью строительного комплекса является сложность решаемых задач производственно-финансового характера. Рассматривая его как сложносоставленную структуру и выделяя особенности его системы, можно утверждать, что привлечение финансовых ресурсов его субъектами всегда будет ориентировано на критические значения выше сформулированного критерия. С одной стороны, традиционными специфическими характеристиками строительного комплекса являются принципы организации производства: сочетание территориального и отраслевого принципов при построении органов управления строительством, стационарность предметов труда и мобильность средств производства и орудий труда, воздействие на результаты деятельности климатических, сезонных, гидрометеорологических, геодезических и прочих условий зон возведения объектов. Указанные особенности вызывают в ряде случаев необходимость наложения на территориально отраслевой принцип управления строительным комплексом технологического принципа построения управляющих органов, что позволяет обеспечить более узкую специализацию подрядных предприятий [4, с. 36].

С другой стороны, высокая чувствительность участников инвестиционно-строительного процесса к изменениям рыночной конъюнктуры и конкретной фазы экономического цикла влияет на неопределенность их финансовых результатов. Таким образом, можно

заклучить, что среда функционирования строительных предприятий является стохастической системой, и инвестиционно-строительные процессы реализуются в условиях энтропии. В этой связи, эффективная реализация финансовых стратегий участников инвестиционно-строительного процесса будет во многом определяться их «опционными» возможностями.

Такой «опционный» подход управления финансовыми ресурсами субъектами строительного рынка можно реализовать в рамках международного стандарта финансовой отчетности (IAS) 11 «Договоры на строительство» (рисунок 1).

Эффективность функционирования сложной иерархической системы инвестиционного строительного процесса можно рассмотреть в терминах модели операционных потоков, главное назначение которой — определить инструмент оценки того, насколько хорошо та или иная альтернатива способствует достижению конечной цели.

По мнению В.Н. Спицнанделя, основным принципом, заложенным в модели операционных потоков, является ориентация решения на процесс, а не на конечный результат, поскольку последний не позволяет четко выделить отдельные подзадачи и подпроблемы, для которых не только решение, но и само осознание представляет значительную трудность. В этом случае увеличивается риск из-за неожиданных последствий, связанных с выбираемым курсом действий, а также возможность пропуска многих альтернатив выполнения промежуточных операций, которые могли бы привести к росту эффективности всей деятельности [7, с. 195]. Непрерывность процесса, заложенного в модели операционных потоков, возможна лишь при поддержании достаточного уровня ликвидности. Следовательно, эффективность функционирования системы организации финансов участников инвестиционно-строительной деятельности может быть сформулирована как отношение получаемого результата и затрачиваемых усилий на поддержание ликвидности.



Рис. 1. Схема «опционного» подхода управления финансовыми ресурсами субъектами строительного рынка

Для субъектов подрядной деятельности под ликвидностью следует понимать не только «опции» привлечения краткосрочных ресурсов, но и «опционность» отказа от финансовых, материальных и трудовых ресурсов. Другими словами, затраты, связанные с расходованием ограниченного ресурса по одному из направлений, считаются равными стоимостной оценке возможностей, оказавшихся утерянными вследствие этого на других направлениях.

В условиях растущей экономики спрос и предложение на финансовые ресурсы связаны со стремлением субъектов экономики к максимизации целевой функции. В этом случае основные принципы оценки оптимальности использования источников финансовых ресурсов будут зависеть от реализации «опционов» на привлечение финансирования субъектами подрядной деятельности и вызывать издержки ликвидности. На фазе сжатия осуществление принципов целенаправленного поведения и поддержание ликвидности будет связано с приведенной стоимостью ожидаемых издержек прекращения операционной деятельности и наличием ликвидационных издержек. Существующая информационная асимметрия финансового рынка усиливает позитивные и негативные тенденции в экономике и оказывает корректирующее воздействие на уровень издержек ликвидности и издержек ликвидации.

Примечание:

a) при чистых стратегиях оптимальным решением является седловая точка;

b) седловая точка не является оптимальным решением.

Список литературы:

1. Веблен Торстейн Теория делового предприятия / Пер. с англ. — М.: Дело, 2007. — 288 с.
2. Вентцель Е.С. Исследование операций. Задачи, принципы, методология. Учеб. Пособие для студ. Втузов / Е.С. Вентцель. — 4-е изд., стер. — М.: Высш. Шк., 2007. — 208 с.
3. Леонтьев В. Экономические эссе. Теории исследования, факты и политика: Пер. с англ. — М.: Полит-издат, 1990. — 415 с.
4. Мазур И.И., Шапиро В.Д. и др. Инвестиционно-строительный инжиниринг / Под редакций проф. И.И. Мазура и проф. В.Д. Шапиро. — М.: Елима, 2007. — 1216 с.
5. Минфин РФ. Приказы. О введении в действие Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации: прик.: [зарег. в Минюсте РФ 05.12.2011 N 22501]

6. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль [Текст] / Пер. с англ. — М.: Дело, 2003. — 360 с.
7. Спицнандель В.Н. Теория и практика принятия оптимальных решений. Учебн. пособие. — СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2002. — 394 с.

ПРОЦЕССНАЯ ПАРАДИГМА РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ИННОВАТОРА

Абрамов Виктор Иванович

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

E-mail: babs-sseu@yandex.ru

Умение как элемент инновационного потенциала, во-первых, структурно разделено на навыки и знания, а во-вторых, обусловлено спецификой инновационности. Разделение на навыки и знания основано на наличии обратной связи в инновационной системе. Сформированный опыт при реализации инновационного процесса позитивно накладывается на **навыки** инноватора. Успешные продуктовые и процессные инновации рассматриваются как «результат» инновационной системы, связанный с компонентой «навыки». Соответственно, компонента потенциала «навыки инноватора» определяется как освоенные личностью в процессе обучения и практической деятельности, построенные на опыте, способы и методы реализации нововведений. Аналогичен взгляд и на специфику **знаний** инноватора. Фактический уровень знаний обусловлен опять же потенцией личности, но имеет две плоскости рассмотрения: предмет нововведения и инновационный процесс. Знания о предмете новшества определяют его отраслевую, профессиональную информированность и влияют на характер, содержание идеи новшества. Впрочем, в современных условиях инновационной деятельности, идея новшества, знания о профессиональной области ее реализации достаточно формализованы в «объектах интеллектуальной собственности». Эта тенденция обнаруживается и в когнитивной карте — эксперты игнорируют этот аспект знаний, обнаруживая значимым скорее ресурсные и менеджерские аспекты в отношении инновационного процесса [1].

Существенным и важным свойством идеи является ее неотделимость от носителя — личности инноватора. Являясь компонентой инновационного потенциала, она не может существовать самостоятельно, ее реализация обусловлена потенцией и умениями инноватора. В инновационной системе может быть реализован потенциал только как целостная совокупность личности и его идеи. И в этом состоит декларируемая научная парадигма инновационного потенциала — умение (совокупность знаний и навыков) инноватора реализовать определенную идею новшества. Инновационный потенциал является точкой инициации инновационного процесса, предметом и возможностью реализации нововведения. Реализация инновационного потенциала рассматривается как проявление инновационной системы на микро- уровне.

В результате научно-исследовательского эксперимента синтезирована когнитивная карта реализации инновационного потенциала (рис. 1).

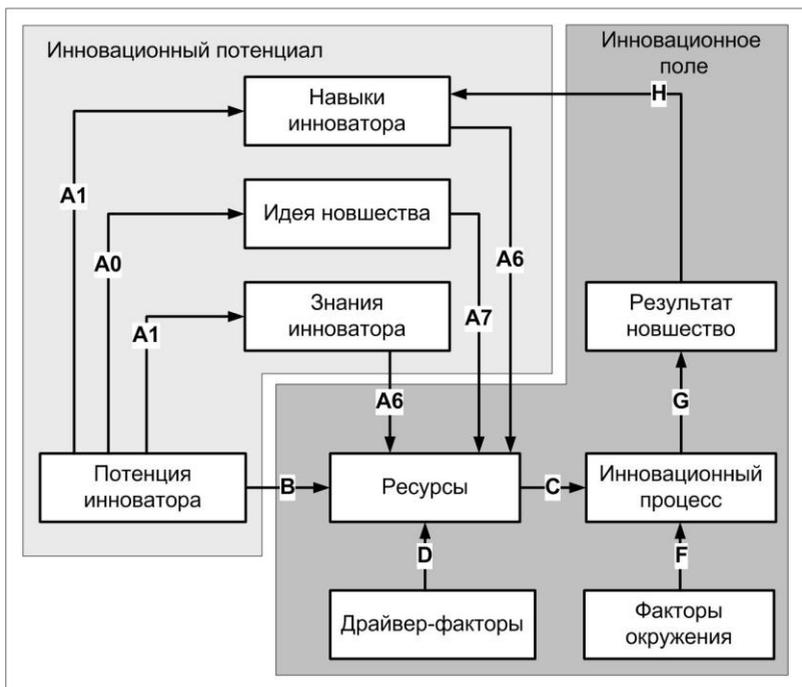


Рис. 1. Когнитивная карта реализации инновационного потенциала на микроуровне

Таблица 1.

**Взаимодействия в модели реализации
инновационного потенциала (рис. 1).**

Обозн.	Содержание
В	Потенция инноватора реализуется через оперирование ресурсами.
С	Ресурсы преобразуются в инновационном процессе, направленном на ожидаемый результат — новшество.
D	Драйвер-факторы инициируют и мотивируют инновационные процессы, реализуемые инноватором, за счет предоставления ресурсов.
F	Факторы влияют на позитивный — негативный исход инновационного процесса, способствуют — препятствуют достижению заданного экономического результата — новшества.
G	Инновационный процесс приводит к результату — новшеству.
H	Достигнутый (недостигнутый) по целям результат — новшество, развивает умения субъекта, интерпретируется как опыт.

Диалектический анализ когнитивной карты позволил сформировать представление о двух элементах инновационной системы (рис. 1): «инновационный потенциал» и «инновационное поле». Процессная парадигма подразумевает, что потенциал реализуется в инновационном поле. Инновационное поле, как введенное теоретическое понятие в контексте настоящего исследования, понимается как совокупность драйвер-факторов и факторов окружения, влияющих на протекание инновационного процесса, форму и качество нововведения — результат. Реализация потенциала в инновационном поле можно рассматривать как вероятностное событие, определяемое качественным и количественным уровнем потенциала, «...его силой» [2], и сопротивлением — благоприятствованием внешней среды. Данный взгляд на реализацию инновационного потенциала наиболее близок к точке зрения инвесторов — чья позиция, в конечном счете, и отражается через объект исследования. Оценка инновационного потенциала направлена на повышение эффективности инвестиционных решений — снижения рисков.

Наличие инновационного потенциала (инноватора и идеи) является причиной инициации инновационного процесса (взаимодействие — С, рис. 1), а условием возможности его протекания — вовлечение необходимых ресурсов (D, рис. 1). Потенциал трансформируется в инновационном процессе, преобразуется в результат (G) — инновацию. Инновационный процесс понимается как последовательность или совокупность операций,

посредством которых ресурсы преобразуются в новшество. В отличие от общеэкономических, предпринимательских процессов — инновационный обладает выраженной последовательностью операций, этапов. Ситуационная конфигурация инновационной идеи (проекта) требует определенных ресурсов: источники, средства обеспечения преобразования идеи новшества в инновационном процессе. Итак, основная линейная логика реализации инновационного потенциала аналогична методологическому прототипу — экономическому: потенциал инициирует процесс, вовлекая в него ресурсы. На протекание инновационного процесса, его эффективность и результативность («результат — новшество», рис. 1) оказывают влияние внешние факторы. Основываясь на методологическом прототипе, внешние факторы разделяются на активные и пассивные. В отличие от универсальной экономической парадигмы структура пассивных факторов реализации инновационного потенциала достаточно однородна с позиции экспертов, то есть, каждый из выделенных факторов может выступать как позитивный, так и негативный в зависимости от конкретного инновационного проекта. Именно поэтому предлагается выделять «факторы окружения» — пассивные факторы, позитивно или негативно влияющие на возможность реализации инновационного процесса (F, рис. 1). В отличие от пассивных, активные факторы связаны с ресурсами инновационной системы (D, рис. 1). Собственно, активность факторов, определяется возможностью их влияния на инновационную систему с позиции инициации и мотивации реализации инновационного потенциала. Привнесение дополнительных, льготных, мотивирующих инноватора ресурсов может рассматриваться как драйвер-факторы. Мы сохранили данную трактовку, принятую в случае экономического потенциала, для сохранения категориальной преемственности понятий. Собственно, и понятие «драйвер-факторов» определяется аналогично — активные факторы, инициирующие и мотивирующие реализацию потенциала инноватора за счет предоставления ресурсов. Драйвер-факторы — это возможность внешнего управления инновационной системой, требующая соответствующего исследования с позиции состава и структуры специфичных ресурсных факторов влияющих на инновационную систему.

Сформированная когнитивная карта и диалектический анализ взаимодействия компонентов инновационной системы позволили обосновано выдвинуть процессную парадигму реализации инновационного потенциала инноватора. Именно она является теоретической основой для перехода к качественным

и количественным исследованиям элементов инновационного потенциала и компонентов инновационного поля, которые в конечном итоге, выводят на квалиметрическую оценку.

Для перехода к количественной, квалиметрической модели реализации инновационного потенциала, во-первых, необходимо объективизировать его сущность на различных этапах инновационного процесса, параметры интерпретации в различных по уровню инновационных системах. Необходимо исследовать трансформацию потенциала в процессе нововведения и степень влияния его компонентов на реализацию этапов инновационного процесса. Решение данной задачи (во-вторых) позволит перейти к построению методов оценки инновационного потенциала и условий его реализации.

Список литературы:

1. Вагин С.Г. Основные тенденции и принципы стратегического управления устойчивым развитием производства // Вестник Самарского государственного экономического университета. — Самара, 2008. — № 6. — С. 27—33.
2. Грищенко А.И. Методология и практика формирования эффективной системы управления инновациями в современных условиях: монография. — Брянск: Изд-во Брянскоблгоскомстат, 2008. — 178 с.

СЕКЦИЯ 6.

ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

ОБЩАЯ СУЩНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Михайлушкин Павел Валерьевич

*канд. экон. наук, доц. 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*

Исторически и практически проблема продовольственной безопасности для человека существовала всегда. Продовольствие, как и воздух, вода и благоприятный климат, составляют базисный комплекс жизнеобеспечения человечества. Продовольственная безопасность — необходимое материальное условие жизни индивида, любой группы людей и общества в целом, которое обеспечивает его функции и возможности развития — демографические, экономические, политические, культурные, интеллектуальные и другие.

Продовольствие — это важнейший стратегический товар. Поэтому проблема продовольственной безопасности крайне актуальна и заслуживает детального изучения.

Проблемы обеспечения продовольственной безопасности региона и государства, рассматриваются в трудах многих видных отечественных деятелей экономической науки, таких как В.Г. Агаева, В.И. Нечаева, А.Н. Алтухова, В.С. Балабанова, А.Б. Мельникова, В.В. Маслакова, В.И. Гайдук, В.В. Милосердова и др.

Историко-экономическая ретроспектива позволяет понять истоки современных представлений о категории «продовольственная

безопасность». Так, обращаясь к экономическому наследию греческого мыслителя Аристотеля, можно увидеть, что проблема обеспечения продовольственной безопасности была одной из ключевых в его учении. Он выделял естественную хозяйственную деятельность людей, связанную с производством необходимых для жизни продуктов питания. Идеалом его было небольшое земледельческое хозяйство, в котором работают рабы и обеспечивают господину и себе возможность питаться, или, как сказали бы сейчас — продовольственную безопасность. Полезный, конкретный труд, производящий продовольствие, по Аристотелю, является главным средством обеспечения продовольственной безопасности [1].

Основатель физиократической школы классической политической экономики, крупнейший французский политэконом XVIII в. Франсуа Кенэ утверждал, что земля, природа есть единственный источник богатства общества. Земледельцы, которые кормят себя и создают прибавочный продукт для класса собственников и бесплодного класса (все, кто не занят земледелием), являются единственным производительным классом. Таким образом, в этом экономическом учении продовольствие выступает не только как основа жизнеобеспечения, то есть биологической безопасности, но и как условие экономической, а также политической безопасности нации [1].

Произведение Адама Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов» — по праву считается вершиной экономической мысли XVIII в. Содержащаяся в нем трудовая иерархия стоимости, понятие объективных экономических законов, идея «экономического человека» с выделением корыстного интереса в качестве мощного материального стимула хозяйственной деятельности людей, идея «невидимой руки», направляющей экономическое сообщество к благосостоянию, и другие идеи теории Смита тесно связаны с проблемой обеспеченности продовольствием, проблемой продовольственной безопасности нации. Так, с первых же строк своей книги Адам Смит указывает фундаментальную зависимость существования нации:

- от продуктов, идущих на потребление в течении года, и того, что приобретается в обмен на эти продукты у других народов;
- от специализации страны на продуктах земледелия или городской промышленности;
- от соотношения числа лиц, занятых полезным трудом и не занимающихся им;

- от искусства, умения и сообразительности, применяемых данной нацией при работе, то есть от производительности труда;
- от размеров и качественного состава долгов государства.

Адам Смит подверг детальной критике ранее существовавшие представления о продовольственной безопасности с позиции своей теории общественного богатства [1].

Другой всемирно известный английский экономист, Давид Рикардо, считал, что капиталистическая экономика — это идеально отлаженная благодаря ценовому механизму обратной связи платежеспособного спроса и предложения система, базирующаяся на принципе естественного равновесия в экономической системе. В «Началах политической экономии и налогового обложения» (1817) он отрицал возможность всеобщего перепроизводства и мирового экономического кризиса, утверждал о безграничности потребностей общества в товарах и услугах, не принимая во внимание ограниченность природных ресурсов и плодородия в глобальном масштабе. Проблема продовольственной безопасности решалась у него механизмами свободной торговли, особенно свободой ввоза хлеба из-за границы.

История XIX и XX вв. показала, что суждения Д. Рикардо относительно кризисов вообще и продовольственного кризиса в частности, были ошибочными. В настоящее время, оценивая проблему в мировом масштабе, политики, бизнесмены и ученые осознают наступление глобально-планетарного кризиса, ярким выражением которого стала утрата многими государствами продовольственной безопасности.

Первым экономистом, поставившим проблему продовольственного самообеспечения нации, был Томас Мальтус. В своем сочинении «Опыт закона о народонаселении» он писал о существовании «великого и тесно связанного с человеческой природой закона, действовавшего неизменно со времени происхождения первобытных обществ... Закон этот состоит в проявляющемся во всех живых существах стремлении размножаться быстрее, чем допускается находящимся в их распоряжении количеством пищи» [2]. Мальтус также указывал на то, что рост народонаселения осуществляется в геометрической прогрессии, в то время как производство продовольствия увеличивается по линейному закону. Из этого утверждения он выводил вечную причину угрозы благосостоянию общества — опережающий рост численности населения по сравнению с возможностями производства продуктов питания. Естественными регуляторами роста народонаселения, по его

мнению, являются голод, войны, болезни, нищета и различные пороки общества. На наш взгляд, как бы ни относились различные эксперты и экономисты к теории Мальтуса сегодня, нельзя не признать его приоритета в самой глобальной постановке проблемы продовольственной безопасности в экономической теории.

Таким образом, экономические мыслители XVII-XIX вв. в своих теоретических системах подошли к идее безопасного развития с двух сторон: с точки зрения источников (факторов) общественного богатства (Кенэ, Смит, Рикардо) и с точки зрения функционирования экономической системы во взаимодействии с природными факторами аграрного и промышленного производства (Мальтус). Как отмечает В.В. Масляков, проблематика продовольственной безопасности в таких экономических теориях, как неоклассическая, монетаристская, индустриальная и эволюционная, не существовала и не ставилась [2].

Современная экономическая наука рассматривает продовольственную безопасность как составной компонент экономической безопасности.

Вместе с тем в литературе нет единого понимания термина «продовольственная безопасность». Авторы выделяют различные аспекты в его толковании. Одно из наиболее распространенных определений продовольственной безопасности приводят американские ученые-экономисты Дж. Конуэй и Е. Барбер: «обеспечение гарантированного доступа всех жителей и в любое время к продовольствию в количестве, необходимом для активной здоровой жизни» [1].

А.И. Алтухов трактует продовольственную безопасность «как способность государства гарантировать удовлетворение потребности в продовольствии на уровне, обеспечивающем нормальную жизнедеятельность» [2].

С первым из этих двух определений нельзя согласиться ввиду того, что оно сводит содержание продовольственной безопасности лишь к количественной оценке степени удовлетворения потребностей населения в продовольствии. Второе из вышеприведенных определений не отражает качественное состояние экономики, в том числе ее агропромышленного комплекса, для реализации гарантий государства по обеспечению его населения продуктами питания в необходимых количествах. Мы считаем, что продовольственная безопасность — это категория, соответствующая системе понятий теории социальной рыночной экономики.

Такому пониманию состояния продовольственной безопасности соответствуют определения, предложенные П.В. Лещиловским,

Э.Н. Крылатых, а также В.С. Балабановым и Е.Н. Борисенко. П.В. Лещиловский указывает, что «...под продовольственной безопасностью следует понимать такое состояние экономики, при котором независимо от конъюнктуры мировых рынков гарантируется стабильное обеспечение населения продовольствием в количестве, соответствующем научно обоснованным параметрам (предложение), с одной стороны, и создаются условия для поддержания потребления на уровне медицинских норм (спрос), с другой стороны» [1].

Э.Н. Крылатых утверждает, что обеспечение «продовольственной независимости и безопасности государства» тождественно достижению «устойчивого, экономически эффективного, конкурентоспособного и экологически безопасного производства в АПК, которое способно сбалансировать предложение конечной продукции и текущий потребительский спрос на приемлемой для населения ценовом уровне при достаточном продуктивном ассортименте, а также создать необходимые резервы продукции» [3]. Менее объемное, но более глубокое определение дают В.С. Балабанов и Е.Н. Борисенко: «В самом общем виде под продовольственной безопасностью понимается такой уровень национального производства продовольствия, который позволяет реализовать принцип самообеспечения населения основными продуктами питания и государственных резервов в соответствии с научно обоснованными нормами» [1].

Обобщая исторический опыт в толковании понятия «продовольственная безопасность», современные представления о ней ученых-экономистов, а также исходя из принципов социальной рыночной экономики, можно дать следующее определение продовольственной безопасности государства:

Продовольственная безопасность государства — это обеспеченная соответствующим ресурсным потенциалом и гарантиями способность страны удовлетворять потребности в питании населения всех доходных групп в объемах, качестве и ассортименте, необходимых для сохранения его здоровья и расширенного воспроизводства, независимо от влияния негативных внешних и внутренних факторов спроса и предложения, изменения ценового уровня рыночной конъюнктуры.

Проблема продовольственной безопасности может характеризоваться на основе глобальных, национальных, групповых позиций и положения отдельной личности. В.П. Коровкин выделяет три основных иерархических уровня проблемы продовольственной безопасности:

- международный (глобальный);
- внутриэкономический (национальный);
- уровень отдельного человека, семьи, социальной группы населения.

Показателями состояния глобальной продовольственной безопасности выступают объемы переходящих запасов зерна в мире, остающихся на хранении до уборки следующего урожая, и уровень производства зерна на душу населения. Первый из двух показателей свидетельствует о степени устойчивости продовольственного положения в мире и о гарантиях на случай чрезвычайных обстоятельств (стихийных бедствий, засухи, войны и т. п.). Безопасным считается объем переходящих запасов зерна, соответствующий 60 дням мирового потребления, или примерно 17 % всего годового потребления. Динамика запасов зерна показывает соотношение его производства и потребления в мире. Падение уровня запасов до предельного минимума означает, что мировая продовольственная безопасность находится в критическом состоянии, поскольку при сокращении объема запасов ниже этого уровня потребления, как правило, начинается резкий рост мировых цен на зерно (примером этому служат такие «скачки» цен в 1972—1973 и 1979—1980 гг.). Более общим показателем продовольственной безопасности служит динамика производства зерна на душу населения, которая характеризует тенденции развития мирового продовольственного положения в целом.

В настоящее время Правительство России в серьез задумалось над решением вопроса обеспечения продовольственной безопасности страны. Министерством сельского хозяйства регулярно разрабатываются государственные программы развития отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности на 2008—2012 гг. и 2013—2020 гг. Создана доктрина продовольственной безопасности, в которой изложена совокупность официальных взглядов на цели, задачи и основные направления государственной экономической политики в области обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации. Особое внимание самообеспечению России продуктами питания уделяется в последнее время в связи со вступлением в ВТО. Таким образом, на сегодняшний день можно сказать, что руководством страны ведется активная и продуктивная работа по обеспечению населения России качественными, экологически чистыми и доступными продуктами питания.

Список литературы:

1. Михайлушкин П.В., Полтарыхина Г.Б. Модернизация — основа реализации инновационных процессов в АПК: монография. — Краснодар: Просвещение — Юг, 2012. — 231 с.
2. Сидоренко В.В., Михайлушкин П.В. Аграрная политика России. — Краснодар :Просвещение-Юг, 2012. —349 с.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ — СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЗАДАЧА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

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*

Вопросы международной продовольственной безопасности находятся на повестке дня у мирового сообщества, начиная с 1970-х годов. В декабре 1974 г. генеральная Ассамблея ООН одобрила разработанные на основе рекомендаций ФАО «Международные обязательства по обеспечению продовольственной безопасности в мире». В настоящее время ФАО квалифицирует состояние продовольственной безопасности на планете как продовольственный кризис, который начался с середины 1980-х гг. и заключается в переломе многолетней тенденции опережения роста производства зерновых относительно роста народонаселения на обратную. «Зеленая революция» исчерпала возможности сельскохозяйственного производства, которые дошли до предельного уровня. В 1984 г. по зерновым культурам предел составил 342 кг в год на одного человека. После этого он начал снижаться, опустившись до 300 кг в 1996 г. Это значит, что планетарная система обеспечения продовольствием населения Земли не дает необходимого количества

продуктов питания. Кроме того, по прогнозам ФАО, в результате демографического роста стран Азии и Африки мировой спрос на продовольствие к 2050 году увеличится в 3 раза. Прошедший в конце 1996 г. в Риме Всемирный Форум продовольствия прямо поставил вопрос: «Как накормить население Земли?».

Анализируя динамику величины мировых страховых запасов продовольствия, следует отметить, что за последние 45 лет они снизились до минимально допустимого уровня. В 1961 г. их могло хватить на 3 месяца, в 1986 — на 100 дней, а в 1997 г. — только на 55 дней потребления [2].

Более половины стран мирового сообщества (120 государств) импортируют зерно. Главными импортерами зерна в мире являются Япония, Тайвань, Южная Корея, Китай, Египет, Бразилия, Иран, Индонезия, Пакистан, Бангладеш и Куба. Только США, Канада, Австралия, Аргентина, Франция, Великобритания и Италия имеют излишки около 200 млн. т. в год, то есть 12 % —13 % произведенного в мире зерна. На США, Канаду и Австралию приходится 70 % мировой торговли зерном. Это означает, что продовольственная безопасность более половины стран мира зависит от 3-х стран с полной индустриализацией АПК. В свою очередь сельскохозяйственное производство в этих странах во многом зависит от климатических условий и мировых цен на нефть.

Структура и качество продовольствия также весьма дифференцированы в странах мирового сообщества. Продовольственная безопасность считается гарантированной, если налажено непрерывное и достаточное по медицинским нормам снабжение населения основными продуктами питания. Реально «золотой миллиард» населения развитых стран ежедневно поглощает 3400 ккал в расчете на одного человека. При этом более 1 млрд. человек бедных стран Азии и Африки потребляют в среднем по 2040 ккал в день, что значительно ниже физиологического уровня [1, 2].

Эксперты полагают, что последовательная глобализация мирового хозяйства хотя и приведет к большей стабильности на мировом продовольственном рынке, но будет достигаться за счет определенной потери национальной продовольственной независимости. Это обусловит необходимость защиты национальных интересов всеми доступными цивилизованными средствами.

Составляющие экономической безопасности страны представлены на рисунке 1.

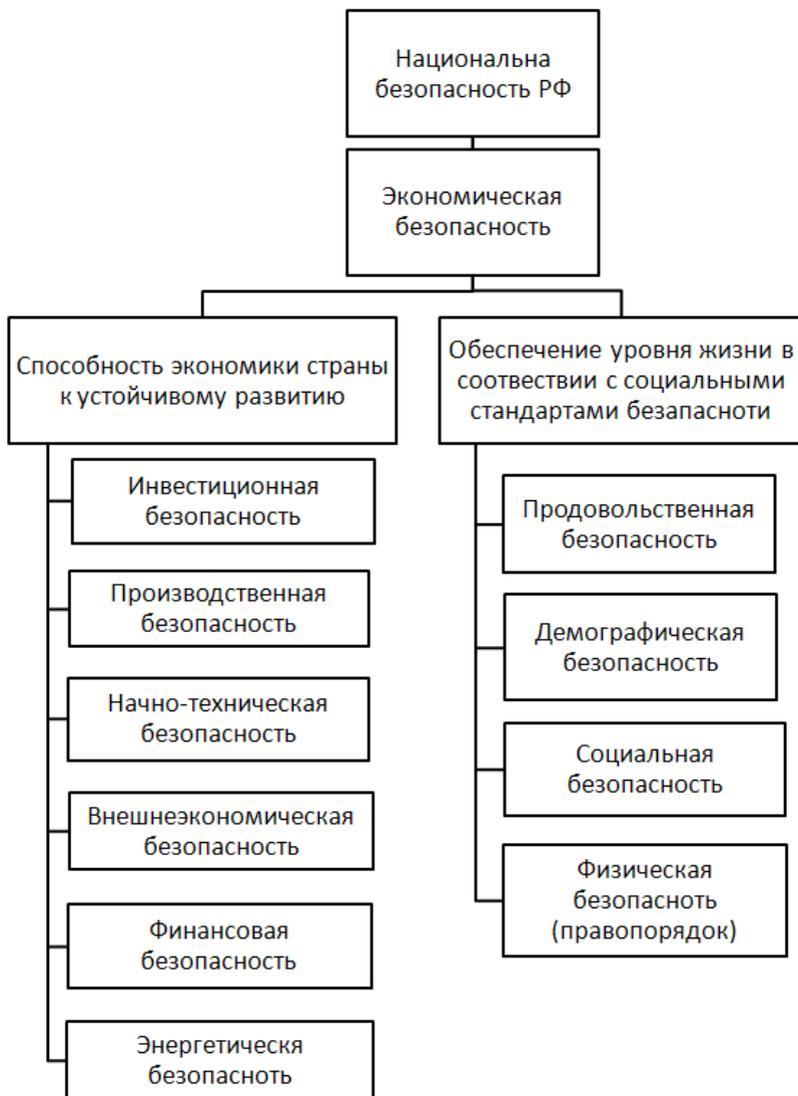


Рис. 1. Компоненты экономической безопасности макроуровня страны

Для обеспечения продовольственной безопасности государства на долгосрочную перспективу, по мнению В.Н. Щербакова, необходимо реализовывать следующие основные меры:

- оптимально сочетать государственное и рыночное регулирование цен на сельскохозяйственную продукцию;
- регулировать объем импорта по основным стратегическим видам продовольствия;
- последовательно сокращать ввоз на территорию государства тех продуктов питания, производство которых может быть осуществлено на внутри страны;
- активно регулировать уровень и структуру розничных цен на продовольствие для оживления платежеспособного спроса населения и повышать конкурентоспособность отечественного продовольствия на внутреннем и внешнем рынке;
- проводить политику бюджетного субсидирования, осуществление программ госзаказов, для социально незащищенных слоев населения [2].

Продовольственная безопасность населения в первую очередь определяется макроэкономической ситуацией, эффективностью производства и доходами населения. Состояние продовольственной безопасности населения оценивается широким спектром показателей. Если на первоначальном этапе это были среднедушевые доходы населения, переходящие остатки продовольственного зерна, удельная доля импорта продовольственных ресурсов, то теперь критерии продовольственной безопасности расширились и стали более сложными. В настоящее время к ним относят:

- удельную долю расходов на продовольствие в общих расходах отдельных групп населения;
- территориальную доступность продуктов;
- степень экологичности, натуральности и безопасности продукции;
- влияние качества продуктов на состояние здоровья и продолжительность жизни.

Так же продовольственная безопасность должна соответствовать ряду критериев:

- удовлетворение потребностей населения в соответствии с нормами питания;
- обеспечение ценовой доступности продуктов;
- обеспечение продовольственной независимости, снижение доли импортных поставок;
- гарантии качества и экологичности.

Еще существуют факторы обеспечения продовольственной безопасности:

- развитие системы товардвижения и материальной базы оптовой торговли;
- развитие межрегиональных связей и формирование устойчивой сырьевой базы снабжения;
- совершенствование государственной координации оптовой торговли;
- защита имущественных интересов регионов в продовольственном комплексе;
- усиление стабильности и социальной ориентации в системе продовольственного обеспечения.

Понятие продовольственной безопасности имеет несколько аспектов [2]:

а) физическая доступность продовольствия — наличие продуктов питания на всей территории страны в каждый момент времени, и в необходимом ассортименте;

б) экономическая доступность продовольствия — уровень доходов независимо от социального статуса и места жительства гражданина, должен позволять приобретать продукты питания, в необходимом объеме;

с) безопасность продовольствия для потребителей — предотвращение производства, реализации и потребления некачественных пищевых продуктов, способных нанести вред здоровью населения.

Продовольственная безопасность зависит от нескольких групп факторов, определяющих степень продовольственной безопасности государства в современных условиях, которые могут иметь постоянный и временный характер. К постоянным факторам относятся:

- группы населения, живущие за чертой бедности и не имеющие достаточного дохода для приобретения минимального набора продуктов питания, необходимого для жизни;
- низкий контроль за безопасностью продуктов питания, в силу чего продовольствие становится угрозой для жизни и здоровья населения;
- истощение природного потенциала аграрного производства в стране, ведущее к снижению уровня продовольственного обеспечения наций.

К факторам временного характера, несущим потенциальную угрозу продовольственной безопасности страны, относятся следующие:

- нестабильность аграрного производства и возможность производства природных катаклизмов, снижающих продовольственное обеспечение населения страны в отдельные периоды;
- большая зависимость продовольственного обеспечения страны от внешних источников;
- нестабильное внешнеэкономическое положение страны в мире, чреватое торговыми эмбарго и другими подобными санкциями.

Национальная продовольственная безопасность обеспечивается государственными органами, которые на основе научных методов определяют: объемы производства продуктов питания отечественными производителями; объемы импорта тех продуктов, которые в стране не могут производиться в силу природно-климатических условий или по иным техническим, социально-экономическим, финансовым и другим причинам; Объемы страховых запасов продовольствия. Исходя из этого, национальная продовольственная безопасность обеспечивается выполнением определенных условий:

- установление степени самообеспеченности основными продовольственными товарами и критического порога импорта;
- разработка комплекса экономических мер по поддержке отечественного сельского хозяйства, защитных мер внешнеэкономического характера;
- создание и поддержка системы переходящих страховых запасов продовольствия, прежде всего зерна.

При рассмотрении продовольственной безопасности на уровне социальных групп, семей и отдельных лиц на первом месте стоит их право на доступ к продовольствию, причем не только как к экономической или юридической категории, но и как моральный категорический императив, касающийся самого факта существования человека. Наиболее сложной проблемой является обеспечение хотя бы минимальным уровнем питания социально наименее защищенные группы, а также слоев населения находящихся за чертой бедности.

Проблема обеспечения продовольственной безопасности может быть охарактеризована как системная задача иерархического типа, начиная с мирового уровня и до отдельного человека, причем компоненты этой иерархической вертикали во многом взаимообусловлены и взаимосвязаны.

Таким образом, продовольственная независимость и экономическая безопасность любого государства во многом

определяются уровнем, эффективностью и устойчивостью развития сельского хозяйства и отраслей пищевой промышленности. Там, где развитие этих отраслей слабое и производится недостаточно продовольствия из собственного сырья, возникает конъюнктурная зависимость от других государств. Поэтому внимание к устойчивости развития сельского хозяйства и пищевой промышленности — обязательное условие для государства, рассматривающего продовольственную политику в качестве приоритетной, стратегической.

Список литературы:

1. Балабанов В.С. Продовольственная безопасность: (международные и внутренние аспекты) / В.С. Балабанов, Е.Н. Борисенко. — М.: Экономика, 2002. — 544 с.
2. Сидоренко В.В. Основы экономики / В.В. Сидоренко, В.Г. Григулецкий, П.В. Михайлушкин, И.В. Ивакина. — Краснодар: Экоинвест, 2005. — 560 с.

ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОГО ОБОРОТА ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Киселева Яна Сергеевна

*ассистент кафедры экономики и управления
на предприятиях пищевой промышленности
Высшей школы экономики ФГБОУ ВПО*

*«Казанский национальный исследовательский технологический
университет»,
г. Казань*

E-mail: u1702@mail.ru

История свидетельствует о достаточно длительном периоде возникновения и становления институциональной системы интеллектуальной собственности. Её отражением явились проприетарная концепция, объясняющая природу прав на результаты интеллектуальной деятельности, и получившая широкое распространение концепция интеллектуальных прав Э. Пикара, теория личности О. Гирке, теория договора, теория исключительного права и многие другие, подробное описание которых не входит в цели и задачи проводимого исследования [3]. Однако, наибольший интерес для нас представляют теории и правовые конструкции, связанные с правовым регулированием экономических отношений, возникающих в результате распространения, использования, охраны и защиты результатов интеллектуальной деятельности в процессе их коммерческого оборота в условиях рыночных отношений [8].

В настоящее время институт интеллектуальной собственности стал объектом изучения целого ряда таких наук, как экономическая теория, гражданское право, государственное право, рынок интеллектуальной собственности, трудовое право, налоговое право, международное право, а понятие «интеллектуальная собственность» достаточно прочно вошло в научный аппарат. При этом большинство отечественных ученых традиционно связывает возникновение авторского и патентного права и формирование категории «интеллектуальная собственность» с промышленным освоением и массовым потреблением достижений технического прогресса. Однако, основные теоретические разногласия и концептуальные противоречия возникают, преимущественно, между традиционно сложившимися правомочиями категории «собственность»

и ее трактовками в условиях существенно изменившихся в настоящее время общественных отношений собственности.

Вступление в действие части 4 Гражданского Кодекса Российской Федерации, регламентирующего правовые отношения по поводу интеллектуальной собственности, позволяют идентифицировать структуру системы институтов интеллектуальной собственности (рисунок 1).



Рис. 1. Структура институциональной системы интеллектуальной собственности

Так, среди наиболее распространенных и наиболее критикуемых теорий правомочий интеллектуальной собственности является теория исключительных прав, выдвигаемая и защищаемая такими авторитетными учеными как И.А. Зенин и Е.А. Суханов, которые трактуют понятия «интеллектуальная собственность» и «промышленная собственность» в отрыве от вещно-правовых конструкций этих категории. Как утверждают авторы, речь идёт о «связке» двух институтов гражданского права — абсолютных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненных к ним прав на средства индивидуализации товаров и их производителей, с одной стороны, и обязательственных прав по поводу приобретения

и использования авторских, смежных, патентных и т. п. исключительных прав, с другой стороны.

Безусловно, термин «интеллектуальная собственность», не является исчерпывающим и полноценным. По утверждению Зенина И.А закрепление результатов умственной деятельности в режиме объектов права собственности является, по меньшей мере, спорным. Ведь хорошо известно, что, модель права собственности предполагает реализацию трех критериально важных правомочий: владения, пользования и распоряжения. Однако к нематериальным благам, каковыми являются результаты интеллектуальной деятельности, по его мнению, неприменимо правомочие владения, так как нельзя физически обладать идеями и образами. Не может быть также прямо применимо к нематериальным объектам и вещное правомочие пользования. Научно-технические идеи и художественные образы могут находиться одновременно в пользовании неограниченного круга субъектов. При этом данные объекты не потребляются в процессе использования и не амортизируются в физическом смысле слова. Что касается правомочия распоряжения, то владелец права, передавая право на использование результатов творческой деятельности по лицензионному договору, не лишается при этом возможности продолжать их использовать теми или иными способами [4].

Данное положение особенно важно с точки зрения институциональной системы интеллектуальной собственности, так как понятие «интеллектуальная собственность» как и понятие «собственность» имеет двойственный характер. С одной стороны, это категория экономическая, которая рассматривает отношения по поводу использования интеллектуальных благ. С другой стороны, современная юридическая теория определяет интеллектуальную собственность как категорию, аналогичную вещному праву как совокупности правовых норм, регулирующих отношения в этой сфере.

Свою позицию сторонники этой правовой конструкции обосновывают тем, что традиционно сложившийся в России вещно-правовой режим собственности, используемый на протяжении веков в отношении материальных объектов и включающий традиционные правомочия владения, пользования и распоряжения, неприменим к результатам интеллектуальной (нематериальной) деятельности. Поэтому они предлагают в отношении результатов интеллектуальной (нематериальной) деятельности применять режим исключительных прав. Исключительные права как институт гражданского права призван выполнять следующие функции:

- признание авторства на созданные результаты умственного труда;
- установление режима их использования;
- наделение их авторов, работодателей и других лиц, приобретающих исключительные права по закону или договору, личными и имущественными правами;
- защиту данных прав.

При этом в качестве основного довода о невозможности распространения на нематериальные результаты интеллектуальной деятельности правомочий собственности выдвигается тезис отсутствия фактического удержания опубликованных, запатентованных или иным образом обнародованных результатов интеллектуального труда [1; 4]. Данная позиция, безусловно, отражает традиционно сложившиеся недостатки отечественной правовой системы в отношении объектов интеллектуальной деятельности.

Активно выраженную противоположную позицию занимает другая группа авторов, настаивающая на коренном реформировании действующего отечественного гражданского законодательства [6; 2; 10]. Свою позицию эта группа авторов обосновывает тем, что неправомочно как с политической, так и социально-экономической точки зрения поддерживать неизбежность сложившихся в середине XIX века представлений об объектах и содержании права собственности. Так, по утверждению Новосельцева О.В., первоначально нематериальные идеи и образы возникают в мозгу автора, только автор исходно владеет этими идеями и образами и только автор обладает возможностью реализовать правомочие владения на эти нематериальные объекты через выражение этих идей или образов на материальных носителях информации в той или иной форме, опубликование или иное обнародование, патентование или использование в режиме коммерческой тайны этих результатов интеллектуального труда, реализуя подобным образом правомочие владения нематериальными результатами интеллектуальной деятельности [6].

Вполне логично, что современные теории правового регулирования в отношении результатов интеллектуальной деятельности тесно связаны с теориями инновационного развития, основанном на формировании экономики знаний.

Основоположник институциональной экономики Д. Норт в своих исследованиях доказал, что развитие экономики сопровождается развитием основных ее институтов и, прежде всего, института

собственности, который он всецело распространял и на результаты интеллектуальной деятельности [7].

Включение результатов интеллектуальной деятельности и связанных с ними имущественных прав в гражданский оборот потребовало, соответственно, их включения в юридическую сферу и привело к возникновению проблемы установления природы соответствующих прав и их места среди других юридических категорий гражданского права. Эта проблема вызвала дискуссию, начавшуюся в середине XIX века и не законченную до настоящего времени, породившую ряд противоречивых мнений, объясняющих сущность и правовую природу результатов интеллектуальной деятельности. По этому поводу Д.И. Мейер писал, что «положение вопроса об авторском праве довольно исключительное и объясняется не столько существом этого права, сколько историческим его происхождением и развитием. В отличие от большинства других прав гражданских, оно выросло не на почве народных воззрений, возникло не путем обычным, а явилось плодом законодательной деятельности» [5].

Эволюцию институтов правового регулирования результатов интеллектуальной деятельности рассматривает в своих трудах А.П. Сергеев, который отмечает, что в истории отечественной юридической мысли и законодательной практике взгляды на правовое регулирование использования результатов творчества несколько раз подвергались изменениям. Так, в начале XIX в. права авторов картин, художественных произведений, а также изобретателей, владельцев фабричных рисунков и моделей легально относились к разновидности права собственности. Однако, уже к концу XIX — началу XX в. большинством ученых права на плоды творческого труда определялись как права исключительные. Затем в дореволюционный период в России от термина «интеллектуальная собственность» отказались по соображениям его неточности для отражения юридической сути совокупности прав на результаты творчества, а в советский период возникла дополнительная критика по поводу буржуазно-эксплуататорской направленности данного понятия [9].

Подобную эволюцию взглядов относительно институциональных траекторий системы интеллектуальной собственности можно объяснить тем, что в середине XIX века право собственности относилось к категории абсолютных, ничем не ограниченных прав, в то время как право собственности на результаты интеллектуальной деятельности уже тогда имело ряд ограничений по составу объектов, виду правообладателей, времени и территории действия права.

Таким образом, теоретический анализ наиболее распространенных научных взглядов на процесс институционализации коммерческого оборота объектов интеллектуальной собственности свидетельствует о двойственном характере данной категории и эволюции современных институтов правового регулирования результатов интеллектуальной деятельности.

Список литературы:

1. Гражданское право: В 2 т. Том 1: Учебник. Отв. ред. проф. Е.А. Суханов. — 2-е изд., — М.: Изд. БЕК, 1998. — 816 с.
2. Городов О.А. Интеллектуальная собственность: правовые аспекты коммерческого использования. Дисс....докт. юрид. наук. Санкт-Петербург. 1999.
3. Еременко В.И. Содержание и природа исключительных прав (интеллектуальной собственности) // Интеллектуальная собственности. 2001. № 4. — С. 29.
4. Зенин И.А. Интеллектуальная собственность и ноу-хау. — М. 2006.
5. Мейер Д.И. Русское гражданское право (в 2 ч.). По исправленному и дополненному 8-му изданию, 1902. — М.: Статут, 2000. — 423 с.
6. Новосельцев О.В. Право интеллектуальной собственности и имущество предприятия. Дисс....канд. юрид. наук. Москва. 2000.
7. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. — М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. — 180 с.
8. Судариков С.А. Основа авторского права. Минск: Амалфея, 2000. — С. 8.
9. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. Изд. 2-е. М.: 2004.
10. Табастаева Ю.Г. Правовые средства пресечения недобросовестной конкуренции в сфере интеллектуальной собственности в Российской Федерации. Дисс....канд. юрид. наук. Москва. 2002.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОГНОЗА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМ ПОРТФЕЛЕМ

Саркисов Виген Геннадьевич

*канд. техн. наук, докторант, доц. СамГТУ,
г. Самара*

E-mail: vigen.sarkisov@mail.ru

Одной из важнейших подсистем системы управления инвестиционным портфелем (рис. 1) является система прогнозирования изменения цен инвестиционных инструментов.

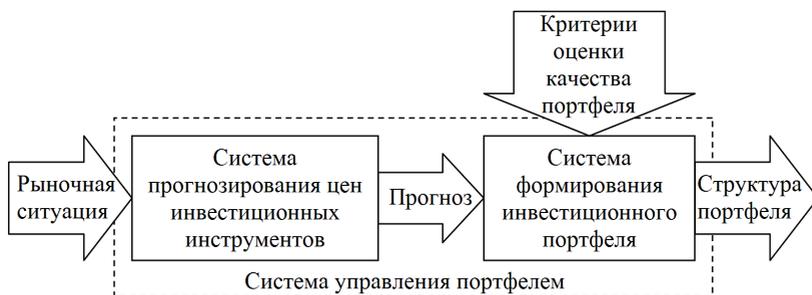


Рис. 1. Структура системы управления инвестиционным портфелем

В настоящей работе будут рассмотрены различные особенности оценок качества системы прогнозирования в системах управления портфелем, отличающие их от классических оценок систем прогнозирования.

Прогнозирование при работе с одним инвестиционным инструментом

Простейшей системой управления портфелем является система для работы с одним инвестиционным инструментом. Структура портфеля может быть описана вектором $x=(x_0;x_1)$, где x_0 – доля денежных средств, а x_1 – доля инвестиционного инструмента в портфеле, на которые наложены следующие ограничения:

$$x_0 + x_1 = 1, 0 \leq x_0 \leq 1, 0 \leq x_1 \leq 1. \quad (1)$$

Портфель, соответствующий ограничениям вида (1) называется портфелем Марковица [1].

В простейшем случае система принимает решение о формировании портфеля (позиций) одного из двух видов:

1. $x=(0;1)$ — все средства вложены в покупку данного инструмента ("long");
2. $x=(1;0)$ — портфель полностью состоит из денежных средства ("out").

Рассмотрим последствия ошибок прогнозов при различных вариантах портфеля, сформированного на основе прогноза:

Таблица 1.

Уровни риска и комфорта

№	Исходный портфель	Прогноз	Сформированный портфель	Реальное изменение цены	Отклонение прогноза	Описание ситуации	Уровень риска (0...2)	Уровень комфорта инвестора (-2...2)
1	out	+1	long	+1	0	Покупка, ожидаемая прибыль	0	+1
2	out	+1	long	0	+1	Ошибочная покупка, без потерь	1	-1
3	out	+1	long	-1	+2	Ошибочная покупка, убыток	2	-2
4	out	0	out	+1	-1	Бездействие, упущена прибыль	0	-1
5	out	0	out	0	0	Бездействие, прогноз верный	0	0
6	out	0	out	-1	+1	Бездействие, избежал убытка	0	+1
7	out	-1	out	+1	-2	Бездействие, упущена прибыль	1	-2
8	out	-1	out	0	-1	Бездействие, ошибка прогноза	0	-1

9	out	-1	out	-1	0	Бездействие, избежал убытка	0	+1
10	long	+1	long	+1	0	Бездействие, ожидаемая прибыль	0	+1
11	long	+1	long	0	+1	Бездействие, ошибка прогноза	0	-1
12	long	+1	long	-1	+2	Бездействие, убыток	2	-2
13	long	0	long	+1	-1	Бездействие, неожиданная прибыль	0	+2
14	long	0	long	0	0	Бездействие, ошибка прогноза	1	-1
15	long	0	long	-1	+1	Бездействие, убыток	2	-2
16	long	-1	out	+1	-2	Ошибочная продажа, упущена прибыль	1	-2
17	long	-1	out	0	-1	Продажа, прогноз верный	1	0
18	long	-1	out	-1	0	Продажа, избежал убытка	0	+2

В Таблице 1 изменения цены (как реальные, так и прогнозируемые) представлены наиболее простым способом, предполагающим три варианта: «повышение» (+1), «понижение» (-1) и «незначительное изменение» цены (0), которые могут быть описаны нечеткими множествами с функциями принадлежности $\mu(\Delta)$, общий вид которых показан на рис. 2.

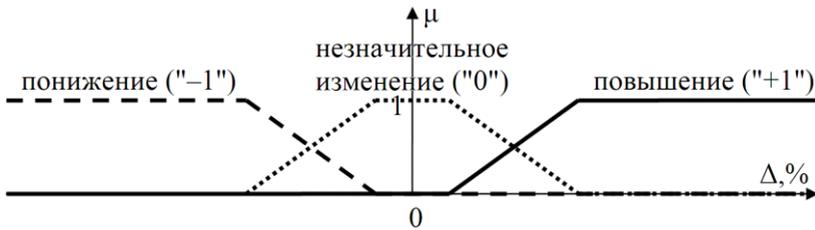


Рис. 2. Пример функций принадлежности

Как видно из Таблицы 1, одинаковые ошибки прогноза в различных рыночных ситуациях оказывают неодинаковое влияние на уровни риска и комфорта инвестора (данные об уровне комфорта получены на основании опроса). Более глубокий анализ и учет этого влияния необходим при построении и оптимизации подсистемы прогнозирования.

Прогнозирование при работе с несколькими инвестиционными инструментами

Особенностью прогнозирования при работе с большим количеством инвестиционных инструментов является исследование всех инструментов, из которых в дальнейшем будут отобраны несколько наиболее интересных для включения в инвестиционный портфель. Вектор x имеет вид $x=(x_0;x_1;\dots;x_N)$, где N — количество рассматриваемых инструментов. Ограничения портфеля Марковица (1) принимают вид:

$$\sum_{i=0}^N x_i = 1, \quad x_i \in [0;1], \quad i = 0, \dots, N. \quad (2)$$

Ошибка прогноза имеет тем большее значение, чем большая доля стоимости портфеля будет выделена на покупку рассматриваемого инструмента. Если прогноз по инструменту неблагоприятный (инструмент «неинтересный» для включения в портфель), то последствия ошибки прогнозирования не оказывают существенного влияния на результаты работы систем управления портфелем.

При оценке качества и оптимизации системы прогнозирования акцент должен делаться на те случаи, которые приводят к включению инструмента в инвестиционный портфель, в остальных случаях требования к точности прогноза можно существенно смягчить.

Примеры прогнозов, благоприятствующих включению инструмента в портфель

Несмотря на огромное разнообразие разработанных и используемых в настоящее время систем управления инвестиционным портфелем, получение прибыли в каждой из них базируется на некоторых «аномалиях» в изменениях цен инвестиционного инструмента. Рассмотрим наиболее распространенные варианты:

1. Математическое ожидание изменения цены существенно отличается от нуля. На рис. 3 представлены примеры гистограммы таких распределений.

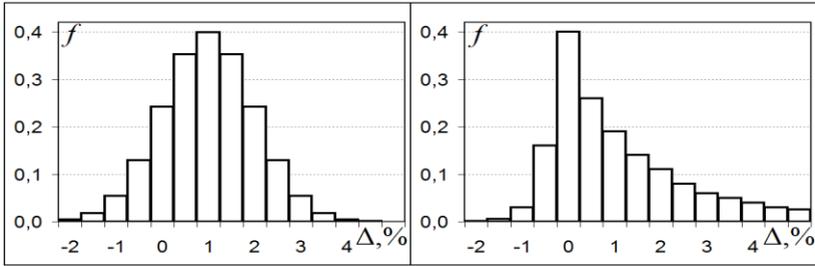


Рис. 3. Отличие математического ожидания от нуля

2. Существенно асимметричное распределение. Благодаря возможности ограничения убытков во многих случаях удастся свести такое распределение к распределению с положительным математическим ожиданием (рис. 4).

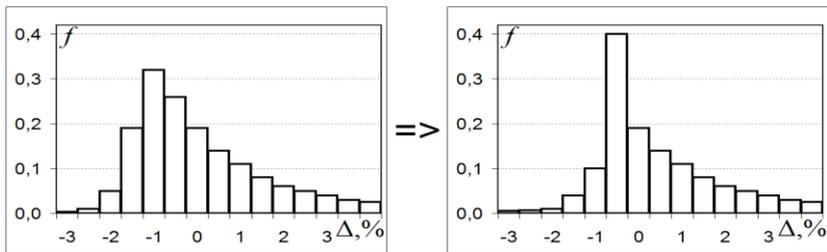


Рис. 4. Асимметричное распределение

3. Аномально высокая или низкая дисперсия. Получение преимуществ в данном случае связано с использованием производных финансовых инструментов (опционов).

Выводы и предпосылки для дальнейшего исследования

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы.

При оценке качества подсистем прогнозирования в системах управления инвестиционным портфелем (в дополнение к требованию точности прогноза) необходим учет следующих факторов:

1. Структура портфеля в настоящий момент времени.
2. Вероятность, что на основе полученного прогноза будет совершена сделка (покупка или продажа инвестиционного инструмента).
3. Влияние возможных ошибок прогноза на риски и психологический комфорт инвестора.

Учёт данных факторов позволит обеспечить более качественное управление инвестиционным портфелем.

Список литературы:

1. Markowitz H. Portfolio selection // The Journal Of Finance — 1952. — № 1. — С. 77—91.

СЕКЦИЯ 7.

УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕССА ВЫЯВЛЕНИЯ «УЗКИХ МЕСТ», ПОРОЖДЕННЫХ ИННОВАЦИОННЫМИ ШУМАМИ

Горбов Николай Михайлович

*д-р. экон. наук, проф., зав. каф. «Экономики и Управления»,
Брянский Государственный Университет им. ак. Петровского,
г. Брянск*

Шаховская Анна Александровна

*аспирант, преподаватель каф. «Экономики и Управления»,
Брянского Государственного Технического Университета,
г. Брянск*

E-mail: dinik55@yandex.ru

Современное понимание инновационного процесса как социально-экономического, связанного в первую очередь с деятельностью людей, диктует необходимость применения содержательного подхода, т. е. акцентирования внимания на содержании, составляющих компонентах, а не на форме, общих, порой обманчивых, характеристиках системы. В связи с этим уместно говорить о таком досадном компоненте инновационного процесса, как препятствие инновациям, которые мы предлагаем называть инновационными шумами по аналогии с информационными шумами, возникающими при передаче информации в социуме.

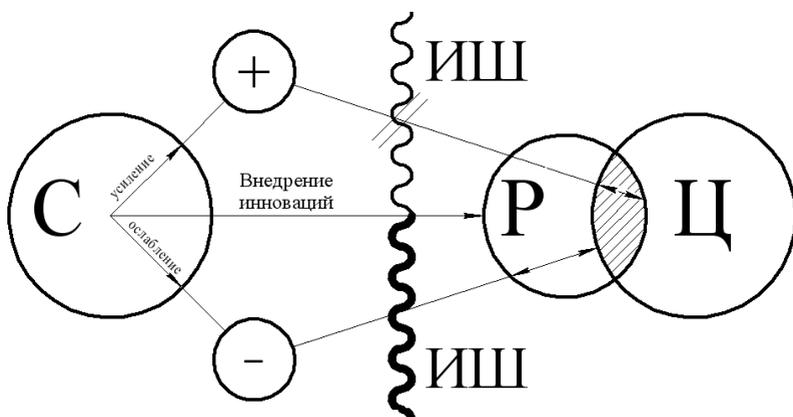


Рис. 1. Модель процесса обеспечения готовности персонала к инновациям

Инновационные шумы — это помехи, возникающие на пути инновационной деятельности в инновационном процессе, которые снижают вероятность успешного хода инновационного процесса, увеличивают разрыв между результатом инновационной деятельности и первоначальной целью. Снижение инновационных шумов возможно при повышении готовности персонала к инновациям. Модель процесса обеспечения готовности представлена на рисунке 1. Поясним основные компоненты данной модели.

«С» — социум, персонал организации

«+» — положительные инновационные характеристики

«-» — отрицательные инновационные характеристики

персонала

«ИИШ» — инновационные шумы

«Р» — результат инновационной деятельности

«Ц» — первоначальная цель инновационной деятельности

Данная модель характеризует обратную связь между компонентами «Р», «Ц» и «С», т. е. показывает, как необходимо воздействовать на социум организации на входе инновационного процесса для получения наименьшего расхождения результата от цели на выходе. «Узкие места» — это трудности, с которыми сталкивается персонал подразделения или предприятия в целом при внедрении инноваций, и которые возникают как следствие внутренних инновационных шумов. Процесс выявления «узких мест» является ключевым с точки зрения повышения степени готовности персонала

к инновационной деятельности. Процесс выявления узких мест представлен в виде блок-схемы на рисунке 2.

Помимо расчетов итогового показателя предлагается проводить расчет «идеальной точки», так называемого оптимального показателя, который является достижимым для предприятия или подразделения. Значимость таких расчетов обоснована необходимостью сравнения итоговых показателей в реальности и в идеале и выработки стратегии дальнейшего развития. На основании этого сравнения выявляются «узкие места» в подготовке внедрения инноваций, системе донесения информации, квалификации и мотивации персонала и т. д.



Рис. 2. Процесс выявления узких мест

Выявление основных «узких мест», порожденных инновационными шумами, дает возможность разработки и внедрения мер по их устранению [1, с. 159—161]. В целях контроля эффективности внедренных мероприятий по устранению «узких мест» должен проводиться повторный расчет итогового показателя и сравнение его с «идеальной точкой».

Расчет показателя готовности персонала к инновационной деятельности предлагаем производить по формуле (1):

$$\sum x_{1i} + ix_2 - \sum x_{3i} = Y, \quad (1)$$

где « Y » — показатель исходной готовности персонала к инновациям;

« i » — численность персонала;

« x_1 » — оценка инновационного потенциала сотрудника, рассчитывается для каждого сотрудника в отдельности, а затем полученные значения суммируются;

« x_2 » — оценка инновационной среды на предприятии, которая рассчитывается для подразделения в целом;

« x_3 » — оценка силы воздействия инновационных шумов, которая рассчитывается для каждого сотрудника в отдельности.

Оценку инновационного потенциала сотрудника предлагаем производить по формуле (2)

$$x_1 = (K_{1cp} a_1 + K_{4cp} a_4) \times K_{5cp} a_5 \times K_{6cp} a_6 + K_{2cp} a_2 + K_{3cp} a_3 \quad (2)$$

где « a_1 », « a_2 »... « a_6 » — оценки характеристик группы «а»;

« K_{1cp} » « K_{6cp} » — поправочные коэффициенты,

определяющие значимость каждой из характеристик «а».

Рассмотрим подробно каждую из характеристик группы «а».

« a_1 » — оценка квалификации сотрудника.

« a_2 » — оценка стажа работы сотрудника на предприятии.

« a_3 » — оценка возраста сотрудника.

« a_4 » — оценка навыков работы с ПК.

« a_5 » — оценка склонности сотрудника к инновационной деятельности

« a_6 » — оценка интеллектуального уровня сотрудника.

Оценку инновационной среды на предприятии предлагаем производить по формуле (3)

$$x_2 = L_{2cp} b_2 \times (L_{1cp} b_1 + L_{5cp} b_5) + L_{3cp} b_3 + L_{4cp} b_4 \quad (3)$$

где « b_1 »... « b_5 » — характеристики группы «б»;

« L_{1cp} »... « L_{5cp} » — поправочные коэффициенты, определяющие значимость каждой из характеристик группы «б»;

« b_1 » — оценка уровня мотивации сотрудников;

« b_2 » — оценка авторитета руководителя;
 « b_3 » — оценка наличия обучающих программ;
 « b_4 » — оценка наличия системы мониторинга и контроля;
 « b_5 » — оценка степени вовлечения сотрудников в цели и задачи предприятия.

Оценка « x_3 » производится по формуле (4).

$$x_3 = (G_{1cp} C_1 + G_{2cp} C_2 + G_{4cp} C_{4cp}) \times G_{5cp} C_{5cp} + G_{3cp} C_{3cp}, \quad (4)$$

где « x_3 » — оценка силы воздействия инновационных шумов;

« C_1 »... « C_5 » — характеристики группы «с»;

« G_{1cp} »... « G_{5cp} » — поправочные коэффициенты, определяющие значимость каждой из характеристик ряда «с».

« G_{1cp} »... « G_{5cp} » необходимо определять с помощью экспертных оценок.

Рассмотрим подробно каждую из характеристик группы «с».

« c_1 » — оценка межличностных конфликтов.

« c_2 » — оценка отсутствия мотивации персонала.

« c_3 » — оценка недостаточной квалификации кадров.

« c_4 » — оценка недостаточной вовлеченности сотрудников в цели и задачи.

« c_5 » — оценка наличия у персонала проблем личного характера, мешающих сосредоточиться на работе.

На основании вышеизложенного можно рассчитать оптимальную величину « Y^I » — максимальную готовность персонала к инновациям для данного предприятия, значение в «идеальной точке», когда

значение $(\sum x_{1i} + ix_2)$ максимально, а значение $\sum x_{2i}$ минимально.

« Y^I » рассчитывается также в баллах.

Рассмотрим соотношение, определяемое формулой (5)

$$Y^{II} = \frac{Y}{\bar{Y}^I}, \quad (5)$$

где « Y » — исходная готовность персонала подразделения к инновациям;

« Y^I » — значение готовности персонала к инновациям в «идеальной точке»;

« Y^{II} » — степень готовности персонала к инновационной деятельности.

Очевидно, что значение « Y » не может превышать значение « Y^I » в «идеальной точке». Таким образом, « Y^{II} » — показатель степени готовности персонала к инновациям колеблется от 0 до 100 % или от 0 до 1.

При $Y < Y^I$, $Y^{II} < 100\%$. В данном случае необходимо оценить, значение каких из показателей « X_1, X_2, X_3 » наиболее удалено от значений показателей « X_1^I, X_2^I, X_3^I » соответственно и какими характеристиками обуславливается это различие. На основе такого анализа происходит определение характеристик, которые необходимо подвергнуть корректировке.

Процесс сравнения значения итогового показателя со значением в «идеальной точке» представлен на рисунке 3. Как указано выше, при выявлении значения $Y < Y^I$, необходимо провести попарное сравнение показателей « $\sum x_{1i}$ » и « $\sum x_{1i}^I$ », « ix_2 » и « ix_2^I », « $\sum x_{3i}$ » и « $\sum x_{3i}^I$ ». При условии, если $\sum x_{1i} = \sum x_{1i}^I$, все внимание уделяется значениям показателей « ix_2 » и « $\sum x_{3i}$ » и т. д.

Если $\sum x_{1i} < \sum x_{1i}^I$, то рассматривается значение « X_1 » каждого конкретного сотрудника и выявляются сотрудники с низким значением показателя « X_1 ». Далее рассматриваются все «а»-характеристики данного сотрудника и выявляется, за счет каких характеристик группы «а» показатель « X_1 » данного сотрудника снизил свое значение. Именно эти характеристики и будут в дальнейшем подвергнуты корректировке.

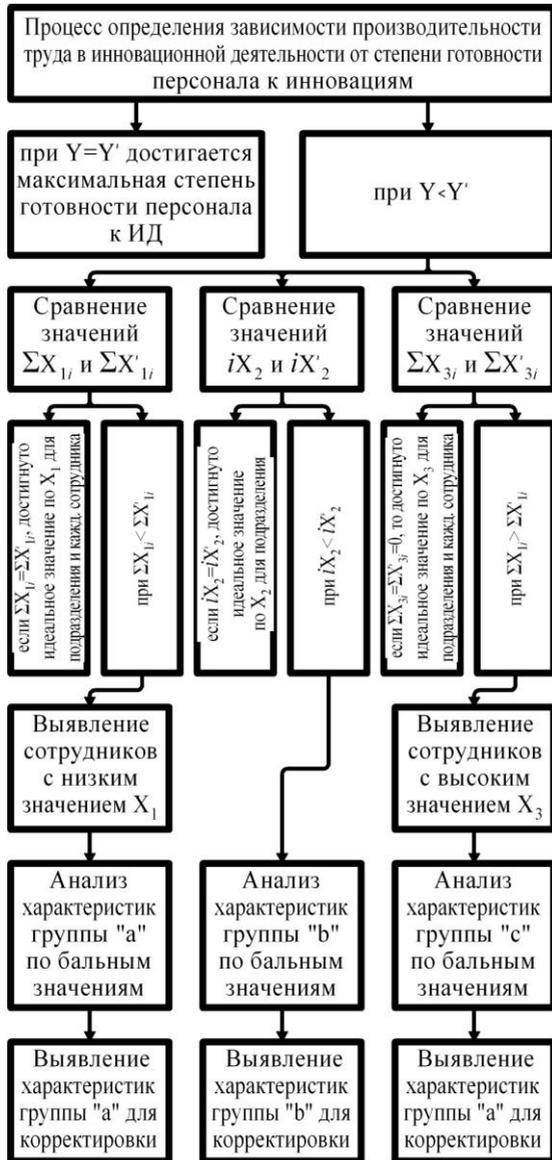


Рис. 3. Процесс сравнения значения показателя степени готовности персонала к инновациям со значением этого показателя в «идеальной точке»

Аналогично, если $ix_2 < ix_2^I$, рассматривается значение каждой из характеристик группы «b» и выявляется, за счет каких именно характеристик показатель « X_2 » снизил свое значение. Анализ неудовлетворительного значения « ix_2 » значительно проще анализа значений « $\sum X_{1i}$ », т. к. показатель « X_2 » рассчитывается для подразделения в целом и умножается на численность персонала, а не для каждого из сотрудников подразделения, как показатели « X_1 » и « X_3 ».

Если $\sum x_{3i} > \sum X_{3i}^I$, то проводится анализ значений показателя « X_3 » каждого сотрудника подразделения, вследствие чего выявляются сотрудники с высоким значением « X_3 » и характеристики группы «с», за счет которых произошло данное повышение. Выявленные у конкретных сотрудников неудовлетворительные значения этих характеристик подвергаются в дальнейшем корректировке.

Как сказано выше, соотнесение исходного значения готовности персонала к инновационной деятельности со значением этого показателя в «идеальной точке» дает возможность высчитать процентную составляющую фактической степени готовности персонала к инновациям от потенциальной на каждом конкретном подразделении.

Инновационная готовность персонала — один из главных факторов, влияющих на инновационный результат (ИР), который может совпадать в итоге или не совпадать с целью инновационной деятельности (Ц) [2, с. 146—149].

Повышая инновационную готовность персонала, т. е. доводя данный показатель до значения, близкого к 1, руководство предприятия избежит ситуаций, когда результат инновационной деятельности значительно разнится с первоначальными планами.

Список литературы:

1. Горбов Н.М., Шаховская А.А. Инновационные шумы-препятствия внедрению инноваций // Логос.—2011. — С. 159—161.
2. Горбов Н.М., Шаховская А.А. Универсальная схема инновационного процесса // Вестник БГУ им. ак. Петровского. 2011, № 3. С. 146—148.

СЕКЦИЯ 8.

ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

НАПРАВЛЕНИЯ УКРЕПЛЕНИЯ НАЛОГОВОЙ АВТОНОМИИ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ

Кузнецова Ольга Сергеевна

*аспирант кафедры экономики и финансов общественного сектора
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации
(г. Москва);*

*главный специалист отдела мониторинга хода реализации и контроля
за исполнением инвестиционных контрактов
Управления развития и регулирования инвестиционной деятельности
Департамента экономической политики и развития города Москвы.
E-mail: olga.shalimova1981@yandex.ru*

Важным направлением повышения налогово-бюджетной обеспеченности муниципалитетов является выявление внутренних источников повышения налогового потенциала территорий за счет более эффективного использования собственности, оптимизации ее налогообложения и развития бизнеса.

В настоящее время в структуре налоговых доходов местных бюджетов налог на доходы физических лиц является определяющим, в связи с неразвитостью производственной инфраструктуры, в особенности в сельской местности.

Таким образом, основной бюджетобразующий налог местных бюджетов — это налог на доходы физических лиц, экономическое и социальное значение которого можно повысить путем введения прогрессивной шкалы.

Для реализации данного порядка исчисления и уплаты налога на доходы физических лиц на федеральном уровне необходимо закрепить диапазон месячной зарплаты и соответствующие ему налоговые ставки, а за субъектами Российской Федерации — право устанавливать необлагаемую сумму дохода и суммы налога для расчета налога на доходы физических лиц по прогрессивным ставкам. Для этого необлагаемую сумму дохода можно рассчитать исходя

из величины прожиточного минимума в регионе, а именно, средней величины прожиточного минимума трудоспособного населения и для детей за предыдущий год. Такой порядок исчисления и уплаты налога на доходы физических лиц целесообразно распространить в отношении налогоплательщиков, исчисляющих и уплачивающих налог по ставке 13 %.

Для обеспечения самостоятельности местных бюджетов органы местного самоуправления должны получать значительную долю своих ресурсов за счет собственных доходов. Однако на отнесенные к собственным доходам закрепленные на постоянной основе федеральные и региональные налоги муниципалитеты не могут оказать существенной роли в формировании доходной части местных бюджетов. Местные органы власти заинтересованы в увеличении поступлений тех налогов, которые имеют привязку к конкретной территории или по которым они имеют возможность определять размер поступлений в свой бюджет [1. с. 129]. К таким налогам относятся налоги на имущество и земельные участки, принадлежащие физическим лицам, а также специальные налоговые режимы.

Прогнозирование, планирование и мероприятия по мобилизации налоговых доходов местных бюджетов должны базироваться на анализе показателей налоговой отчетности налогоплательщиков и налоговых органов не только в разрезе видов налогов, видов экономической деятельности субъектов и в целом Российской Федерации, но и в разрезе муниципальных районов и муниципальных образований. В соответствии с этим, указанная информация должна быть прозрачна для внешних пользователей и подлежать публикации в средствах массовой информации, а также на официальных сайтах территориальных налоговых органов, управлений федеральной налоговой службы по субъектам Российской Федерации и Федеральной налоговой службы Российской Федерации. Свободный доступ к отчетности налоговых органов откроет возможность контролировать процесс формирования налоговых доходов местных бюджетов как органами власти, так и непосредственно налогоплательщиками, что позволит оценить налоговый потенциал муниципальных образований с учетом не только экономических факторов, но и таких, как географическое положение, климатические условия, производственные особенности территории и др. В ходе анализа необходимо определить реальное состояние каждого муниципалитета и подготовить возможные сценарии его улучшения.

Можно выделить следующие факторы, оказывающие влияние на величину налоговых поступлений в местные бюджеты:

- Изменение налогового законодательства;
- Разработка и реализация государственных программ поддержки малого и среднего бизнеса и населения;
- Изменение численности населения;
- Регистрация и снятие с налогового учета субъектов предпринимательской деятельности;
- Эффективность налогового контроля.

В связи с этим, с целью достижения результативности мер по мобилизации налоговых доходов в бюджет налоговым органам на постоянной основе необходимо проводить углубленный анализ правильности исчисления налогов, который, по нашему мнению должен включать следующие этапы:

1. Обработка сведений, поступающих от органов государственной регистрации, в рамках которой проведение идентификации земельных участков, объектов недвижимого имущества, транспортных средств.

2. Мониторинг и проверка легитимности льгот, применяемых налогоплательщиками.

3. Проведение сверок имеющихся данных по объектам налогообложения, стоящих на учете в налоговом органе с информацией, имеющейся в муниципалитетах.

4. Учет, оценка и реализация конфискованного, бесхозного имущества, имущества, перешедшего по праву наследования к государству, и кладов.

5. Проверка использования имущества в предпринимательской деятельности у физических лиц, являющихся индивидуальными предпринимателями.

6. Выявление недобросовестных налогоплательщиков и организация адресной работы по взысканию задолженности у физических лиц работниками налоговых органов совместно с должностными лицами сельских администраций и правоохранительными органами путем проведения рейдовых мероприятий с целью разъяснения налогового законодательства, повышения грамотности и налоговой культуры населения.

7. Организация работы с фактически поступившими невыясненными платежами за любой отчетный период, как по конкретному муниципальному образованию, по налоговому органу, так и в целом по субъекту Российской Федерации.

Для эффективного регулирования процессов развития малого и среднего предпринимательства, с учетом интересов развития региональной экономики в целом, органы государственной власти

должны осуществлять мониторинг развития малого бизнеса, его вклад в региональную экономику, посредством обмена имеющейся информацией между собой. Так, например, острой проблемой при проведении сплошного наблюдения органами государственной статистики явилось наличие организаций полностью прекративших свою деятельность без проведения официальной процедуры ликвидации, а также отсутствие точных адресов фактического осуществления деятельности предприятиями, несмотря на то, что в соответствии с частью 5 статьи 5 Федерального закона от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» юридическое лицо и индивидуальный предприниматель в течение трех рабочих дней с момента изменения сведений регистрации обязаны сообщить об этом в регистрирующий орган по месту своего, соответственно, нахождения и жительства. Кроме того, от 24 тыс. респондентов получить отчеты не удалось, по другим причинам (временно отсутствовали на момент проведения обследования, банкроты, в связи со смертью индивидуального предпринимателя, не исключенного из ЕГРИП) не получены данные примерно от 50 тыс. респондентов.

Учитывая вышеизложенное, необходимо регламентировать порядок сбора информации по субъектам малого и среднего бизнеса за конкретным органом власти. В настоящее время наиболее полной информацией обладают налоговые органы, однако статистическая налоговая отчетность по показателям деятельности субъектов малого и среднего бизнеса в разрезе налоговых режимов Федеральной налоговой службой Российской Федерации, как отмечалось выше, не предусмотрена. Отсутствие указанной информации не позволяет на постоянной основе проводить анализ финансово-хозяйственной деятельности данной категории налогоплательщиков на краткосрочную и долгосрочную перспективу.

Проведение эффективной налоговой политики — одно из важнейших условий экономического роста России, развития предпринимательской активности, ликвидации теневой экономики, возврата капиталов, а также привлечения в страну полномасштабных иностранных инвестиций. Поэтому система администрирования налогов должна обеспечивать снижение уровня издержек налогового законодательства, как для государства, так и для налогоплательщиков.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» // Российская газета, № 153—154.
2. Циммерман Х. Муниципальные финансы: Учебник / Пер. с нем. — М.: Издательство «Дело и сервис». 2003. — С. 129.

СЕКЦИЯ 9.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ В СФЕРЕ ЖКХ

Арзамасцев Алексей Александрович
аспирант, ТГУ имени Г.Р. Державина,
г. Тамбов
E-mail: dqd1@mail.ru

На сегодняшний момент времени в СМИ существуют две конфликтующие стороны. Производители услуг жалуются на плохую собираемость оплаты коммунальных услуг, в то время как потребители жалуются на необоснованно высокую стоимость и низкое качество предоставляемых услуг.

Зачастую данный конфликт не имеет рациональной подоплеки и существующее положение дел остается неизменным.

В ответ на критику о низком качестве услуг производители заявляют что данное направление является убыточным по своей сути и собираемых денежных средств не хватает на реконструкцию коммунальных сетей. Однако мировой опыт показывает обратное.

В настоящее время одной из существенных статей расходов при оплате услуг ЖКХ является строчка, связанная с отоплением. Многие статьи в СМИ носят резко негативный характер и помимо общих фраз не дают рекомендаций по выходу из сложившегося положения дел. Целью данной статьи является рассмотрение инноваций в сфере теплоснабжения.

Прежде всего, необходимо определить основные направления нерационального расходования средств. Зачастую при решении столь глубокой задачи приходится сталкиваться с банальным обогревом улицы, когда плохая теплоизоляция на магистральных линиях позволяет наблюдать зеленую траву даже в зимнее время года, а также является пристанищем для бездомных. Применение только метода промывки труб дает уже значимый эффект для коммунальщиков.

После промывки систем реагентом специалисты констатировали эффективную работу всех отопительных приборов, пропускная способность систем теплоснабжения выросла на 24—34 %. Это означает, что после регулировки теплоотдачи систем отопления, в новом отопительном периоде жители домов могут получать реальную экономию.

Существует также ряд нововведений, использование которых реально позволит устранить неэффективный перерасход ресурсов:

1. Термомайзер
2. Тепловые насосы
3. Система рекуперации воздуха

Термомайзер. Сейчас все больше владельцев различных предприятий задумываются о вопросах энергосбережения. И в этом нет ничего удивительного — зачем переплачивать за отопление или водоснабжение, когда на этом можно реально сэкономить? Самый простой вариант экономии — установка счетчиков. Но можно пойти в этом вопросе дальше. На рынке энергосберегающего оборудования появился новый класс продуктов — термомайзеры. Они могут применяться практически в любых системах отопления и горячего водоснабжения. Термомайзеры предназначены для автоматического регулирования температуры горячей воды в системах водоснабжения и температуры теплоносителя в системах отопления. С помощью прибора можно создать необходимый для конкретного помещения микроклимат. Кроме того, термомайзер позволяет экономить расход первичного теплоносителя, а, значит, и денежные средства.

Экономия, получаемая при установке термомайзера, объясняется двумя факторами.

Во-первых, в случае если после прохождения через систему отопления теплоноситель сохраняет высокую температуру, она снова задействуется системой, а не уходит в теплоцентральный. Вторичное использование теплоносителя дает неоспоримый плюс, так как для обеспечения необходимой температуры требуется гораздо меньшее количество первичного теплоносителя, чем без использования термомайзера. Этот вариант подходит для жилых, общественных и административных зданий.

Во-вторых, благодаря термомайзеру мы можем устанавливать необходимую нам температуру теплоносителя в то время, когда помещение не используется. Таким образом, происходит сокращение расхода тепловой энергии, а, следовательно — ее экономия. В случае необходимости, уменьшается проходное сечение регулятора на прямой, и температура носителя падает до минимально допустимой.

При использовании термомайзера на производстве или торговых площадях, вы будете получать немалую экономию тепловой энергии, а, значит, и средств, которые придется платить по счетчику. В ночное время и праздничные дни, когда предприятие не функционирует, расход теплоносителя по умолчанию не снижается. А, значит, вам приходится платить гораздо больше, чем вы могли бы. Установив термомайзер, можно снижать температуру теплоносителя на ночь. Благодаря устройству управления вам необходимо лишь ввести нужные для вас параметры, и термомайзер будет экономить расход теплоносителя.

Плюсы термомайзера не ограничиваются экономией денег. Благодаря устройству, можно поддерживать необходимую температуру внутри помещения. Для работы многих предприятий, офисов и торговых центров создание определенного микроклимата имеет большое значение [2].

Таблица 1.

**Экономия при установке термомайзера
в зависимости от площади помещения и отапливаемого объема**

Площадь, м ²	Отапливаемый объем, м ³	Экономия за счет установки термомайзера (без применения доп. функций), руб.	Экономия за счет уменьшения температуры в цехах и офисе в нерабочие дни, руб.	Экономия за счет снижения тепловой нагрузки в межсменное время, руб.	Общая экономия, руб.
7000	60000	30983	13537	25552	70072
3000	27000	16945	5931	11114	33990
300	1200	853	848	558	2259

Примечание — для расчета взят самый теплоемкий месяц зимы в центральном регионе — февраль.

Практика реализации энергосберегающих проектов в сфере ЖКХ показывает: экономия теплоснабжения при использовании терморегулятора может достигать 50—60 %, что снизит оплату за потребленное тепло на 30—40 %.

Средняя стоимость отечественного термомайзера составляет 25 000 руб. Внедрение данных устройств оправданно для предприятий, офисных и торговых центров, а также многоквартирных домов [3].

Тепловые насосы. Данные устройства представляют собой компактные отопительные установки, предназначенные для автономного обогрева и горячего водоснабжения жилых

и производственных помещений. Они экологически чисты, так как работают без сжигания топлива и не производят вредных выбросов в атмосферу, а также чрезвычайно экономичны, поскольку при подводе к тепловому насосу, например, 1 кВт электроэнергии, в зависимости от режима работы и условий эксплуатации, производит до 3—4 кВт тепловой энергии (рис. 1).

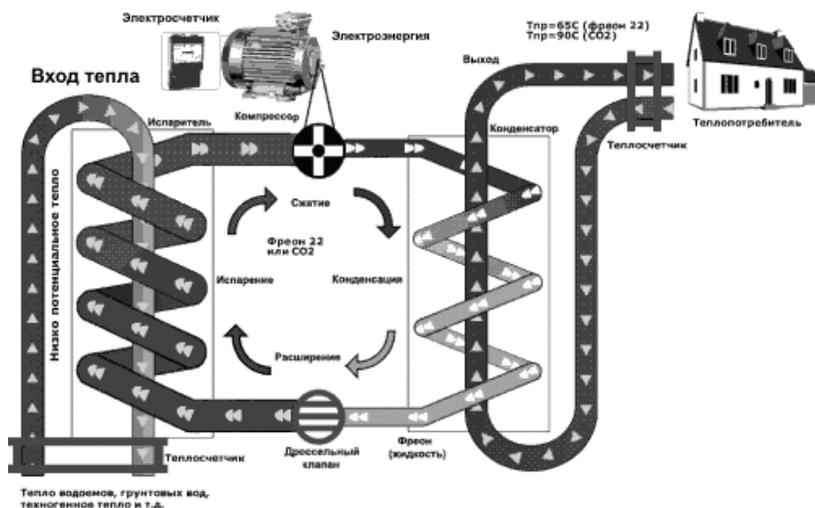


Рис. 1. Принцип работы теплового насоса

Экономическая эффективность применения тепловых насосов зависит от:

- температуры низкопотенциального источника тепловой энергии;
- стоимости электроэнергии в регионе;
- себестоимости тепловой энергии, производимой с использованием различных видов топлива.

Использование тепловых насосов вместо традиционно используемых источников тепловой энергии экономически выгодно ввиду:

- отсутствия необходимости в закупке, транспортировке, хранении топлива и расходе денежных средств, связанных с этим;
- высвобождения значительной территории, необходимой для размещения котельной, подъездных путей и склада с топливом.

Установка не нарушает целостность интерьера и концепцию фасада здания, так как нет внутреннего и внешнего блока и занимает минимум пространства.

Тепловые насосы не относятся к дешевому оборудованию. Начальные затраты на установку этих систем несколько выше стоимости обычных систем отопления и кондиционирования. Цена геотермального теплового насоса рассчитывается из условия 300—400 USD за 1 кВт тепловой мощности. Однако, если рассматривать эксплуатационные расходы, то первоначальные вложения в геотермальный обогрев, охлаждение и горячее водоснабжение быстро окупаются за счет энергосбережения. Кроме того, необходимо учитывать, что при работе теплового насоса не требуется никаких дополнительных коммуникаций, кроме бытовой электрической сети [4].

Система рекуперации воздуха. После того как были успешно проведены предыдущие этапы и тепло эффективно попало в жилище, необходимо им грамотно распорядиться.

Рекуперация — это процесс возврата части тепловой энергии. Рекуперация воздуха — процесс нагревания холодного приточного воздуха удаляемым теплым вытяжным. Теплый воздух в рекуперационном теплообменнике отдает большую часть своего тепла приточному воздуху, таким образом теплый воздух не выходит наружу без пользы через открытое окно.

Наконец-то и в Россию пришло адекватное понимание того, что в каждом здании и строении должна быть система приточно-вытяжной вентиляции. Только вот как она будет выглядеть — вопрос скорее финансовый, нежели технологический. Очень популярный вид вентиляции — механическая вытяжка и естественный приток. Данный способ весьма экономичен и на этапе строительства позволяет экономить выделенные средства. Вытяжная вентиляция создает в помещениях разрежение воздуха и через щели, дверные проемы оконные рамы образца 30-и летней давности и прочие неплотности свежий холодный воздух с улицы проникает в помещения. А этот воздух необходимо подогреть. Но поскольку в России отопительный период занимает 2/3 от всего года в целом, приходится затрачивать значительную энергию на нагрев приточного воздуха до комнатной температуры. К тому же таким вентиляционным системам присущи такие недостатки, как проникновение грязного уличного воздуха, сквозняк, отсутствие возможности контроля объема приточного воздуха (несбалансированная вентиляция).

При строительстве используют самые лучшие материалы, теплоизоляцию, ставят герметичные окна, двери и прочие конструкции. То-есть в борьбе за экономию тепла мы создаем герметичные помещения, в которые совсем не проникает наружный воздух. А дышать то надо. Причем дышать свежим чистым воздухом. Идеальным решением данного вопроса являются вентиляционные устройства, позволяющие сохранять тепло зимой и холод летом. Называются такие устройства — рекуператор воздуха. Именно рекуператоры вписываются в общую цель — сделать каждое новое здание энергоэффективным. Только вот у рекуператоров воздуха есть один минус — приточный и вытяжной воздуховоды должны быть вместе проведены к месту установки рекуператора. Конечному заказчику конечно это неинтересно, но вот проектировщики систем Отопления, Вентиляции и Кондиционирования очень не любят закладывать в проекты системы, в которых используются приточно вытяжные рекуператоры. Этот фактор является одним из основных тормозов в повсеместном распространении и использовании высокоэнергоэффективных приточно-вытяжных систем с рекуперацией воздуха. В связи с чем мы рекомендуем конечным заказчикам принудительно добиваться включения систем рекуперации воздуха в проекты. Итак, давайте наглядно рассмотрим этот процесс.

Принцип рекуперации прост: так как вытяжная вентиляция выбрасывает на улицу теплый воздух, мы можем нагревать им холодный приточный воздух (рис. 2).

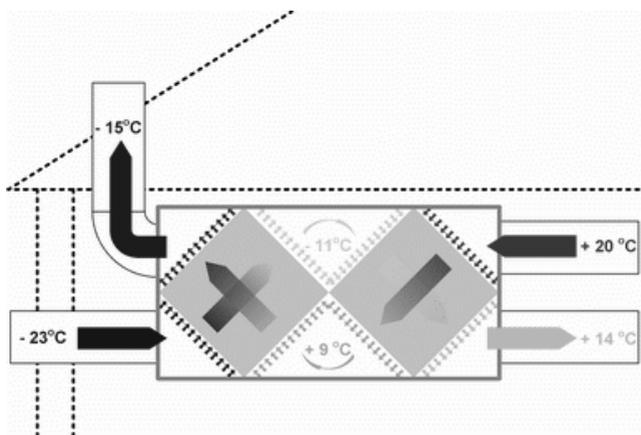


Рис. 2. Принципиальная схема устройства приточно-вытяжной установки с рекуператором.

Вытяжной воздух, удаляемый из помещения, проходит через специальную теплообменную кассету, в которой он нагревает, охлажденные приточным воздухом, стенки теплообменника.

Стоит заметить, что приточный и вытяжной потоки не смешиваются, а лишь передают или забирают тепло от стенок теплообменника.

У пластинчатых рекуператоров есть один серьезный недостаток, который проявляется в виде образования наледи на пластинах теплообменника со стороны потоков вытяжного воздуха. Наледь образуется за счет замерзания конденсата. А конденсат образуется из-за разницы температур приточного воздуха и теплообменной пластины.

Исключение моментов работы рекуператора, когда приточный воздух идет в обход теплообменных кассет, а также применение не одного, а двух или даже четырех кассет в одной установке — позволило добиться эффективности возврата тепла — до 91 %, что является революционным показателем в области. Приточно-вытяжные агрегаты эффективно работают даже при температуре до — 30 °С [1].

Данный перечень инноваций в сфере теплоснабжения является далеко неполным. Однако даже внедрение предложенных направлений позволит сэкономить от 40 до 60 % денежных средств конечным потребителям

Список литературы:

1. «Вентиляционные устройства ALASCA» // <http://www.alasca.ru> производитель оборудования [электронный ресурс] — режим доступа. — URL: <http://www.alasca.ru>
2. «ИНТЕРПРОЕКТ» // информационный портал [электронный ресурс] — режим доступа. — URL: http://www.energo-resurs.ru/vzh_tezis_2007_11.htm
3. «Энергоэффективная Россия» // информационный портал [электронный ресурс] — режим доступа. — URL: <http://energoser.info/articles/energy-tools/61692/>
4. «Ремонт и строительство» // информационный портал [электронный ресурс] — режим доступа. — URL: http://remontinfo.ru/article.php?bc_tovar_id=111

МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ

Киреев Николай Николаевич

аспирант ТГУ им. Державина,

г. Тамбов

Email: okolianka@mail.ru

В настоящее время малое предпринимательство является важным инструментом реализации курса социально-экономических изменений, решения комплекса политических, экономических и социальных проблем, остро стоящих сегодня перед государством.

Развитие малого предпринимательства в современных условиях хозяйствования во многом зависит от активной государственной поддержки на федеральном и региональном уровне. Как показывает опыт подавляющего большинства зарубежных стран, государственная поддержка малого предпринимательства является особым направлением, стимулирующим хозяйственную деятельность в соответствии с основными национальными интересами. Такая политика строится на создании благоприятных условий развития сектора малого предпринимательства по тем направлениям деятельности, где можно достичь максимального социально-экономического эффекта в регионах и стране в целом. В силу региональной специфики малого бизнеса, условия развития предпринимательской деятельности во многом зависят от сложившихся условий в регионе.

Формирование региональной поддержки малого предпринимательства имеет особое значение, так как на региональном уровне устанавливаются способы взаимодействия институтов инфраструктуры с предпринимательским сектором экономики. Отсюда следует, что от региональной политики поддержки малого предпринимательства во многом зависит состояние предпринимательского климата в регионе.

На государственном уровне должны решаться вопросы согласования интересов регионов в рамках единой политики страны. В этой связи учет экономических интересов и задач регионального развития, в том числе и поддержки малого бизнеса, должно осуществляться по следующим направлениям: сокращение значительных различий в уровнях социально-экономического развития отдельных регионов; оказание государственной поддержки регионам

с высоким уровнем безработицы, районам экономического бедствия; осуществление взвешенной научно-обоснованной политики в отношении регионов со сложными условиями хозяйствования; проведение селективного программно-целевого подхода в системе обеспечения государственной поддержки малого бизнеса с позиций взаимоотношений центра и субъектов Российской Федерации, что означает: во-первых, выделение групп регионов, особо нуждающихся в ней; во-вторых, выделение приоритетных направлений поддержки малого предпринимательства в отдельных регионах.

Конкретный механизм поддержки малого бизнеса, а также приоритеты этой поддержки должны формироваться в каждом регионе в соответствии с экономической ситуацией в нем. Региональные факторы оказывают значительное воздействие на особенности разрабатываемых мер, связанных с изменением предпринимательской среды.

Таким образом, для развития государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в регионе, необходимо обеспечение правового и экономического содействия со стороны государства.

Главной задачей государственной политики в отношении малого и среднего предпринимательства является создание благоприятных рыночных условий для их развития, в которых малое и среднее предпринимательство может наиболее эффективно и полностью реализовать свои экономические, научно-технические и социальные функции. Схема реализации концепции развития малого и среднего предпринимательства в регионе представлена на рис. 1.

Существенным моментом является определение механизма контроля за исполнением мероприятий (проведение регулярных совместных совещаний всех участников обсуждения хода выполнения программы, обоснование перенесения сроков реализации мероприятий и т. д.).

Следует установить персонально ответственных лиц за выполнение каждого мероприятия, сроки их исполнения и источники финансового обеспечения.



Рис. 1. Схема реализации концепции развития малого предпринимательства в регионе (Источник: составлено автором.)

Инициатором и разработчиком программ должно стать подразделение, отвечающее за развитие малого предпринимательства и осуществляющее контроль за ходом их выполнения. К разработке концепции развития малого предпринимательства необходимо привлекать специалистов всех органов местного самоуправления, напрямую или косвенно заинтересованных в этой работе, включая представителей малого бизнеса (членов общественных объединений предпринимателей).

Таким образом, необходимо сказать, что система управления развитием малого предпринимательства должна быть активной. Необходимо, чтобы предпринимательская инициатива исходила не только от субъектов малого предпринимательства, но и от органов власти. Проведение такой политики представляет собой действенную поддержку малого бизнеса.

Несмотря на организацию программно-целевых методов поддержки малого предпринимательства необходимо уделять внимание обеспечению условий для развития субъектами малого

предпринимательства приоритетных направлений. К примеру, для более интенсивного развития инновационного малого предпринимательства требуется формирование рынка интеллектуальной собственности, о котором в России говорить пока еще рано. В сельском хозяйстве, производстве и других отраслях хозяйства существуют определенные трудности, с которыми приходится сталкиваться субъектам малого предпринимательства, рассматриваться и решаться которые должны как в целом, так и по каждой отрасли отдельно. Создать благоприятный предпринимательский климат по приоритетным направлениям деятельности для малого предпринимательства задача довольно сложная, но выполнимая.

На рис. 2 предложен механизм реализации поддержки малого предпринимательства в регионе.

Предложенный механизм (рис. 2) раскрывает приоритетные направления деятельности для субъектов малого предпринимательства, включая оценку социально-экономической эффективности малого предпринимательства. На основе методики оценки социально-экономической эффективности малого предпринимательства в регионе можно будет судить как об эффективности реализуемой программы поддержки, так и о сложившейся ситуации в секторе малого предпринимательства.

Содействие развитию малого предпринимательства и поощрение самостоятельной занятости в форме создания малых фирм должны стать для России одной из самых перспективных и главных форм преодоления важнейших социально-экономических проблем. Именно на этих путях видятся возможности относительно быстрого создания недорогих рабочих мест и самостоятельного обеспечения собственного благосостояния и достойного уровня жизни для значительной части населения.

В развитой рыночной экономике малое предпринимательство, выполняя широкий спектр социальных и экономических функций, в частности, выступает как решающая сфера обеспечения занятости населения.

В этой связи следует подчеркнуть, что дальнейшее эффективное развитие сектора малого предпринимательства поможет хотя бы частично решить основные социальные проблемы, в том числе проблему занятости, даст возможность населению самостоятельно обеспечивать собственное благосостояние и достойный уровень жизни, и, в конечном счете, улучшит социальный климат в регионе.

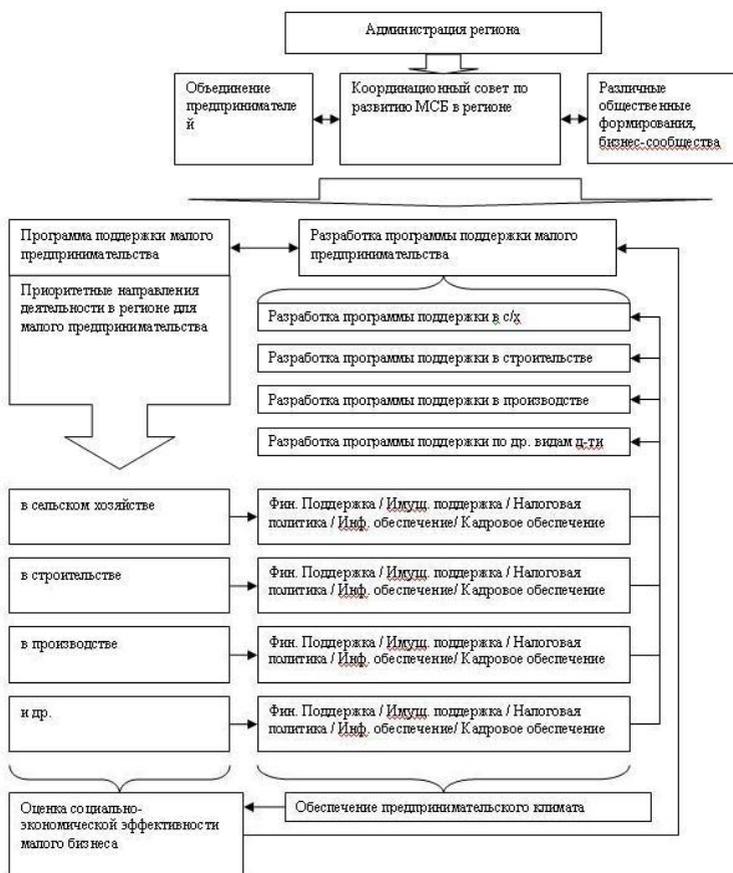


Рис. 2. Механизм социально-экономического развития малого предпринимательства в регионе (Источник: составлено автором.)

Таким образом, обязательным условием повышения социально-экономической устойчивости региона является создание благоприятной среды для максимально эффективного развития малого бизнеса, что станет возможным лишь при оказании широкой и всесторонней поддержки предпринимательству со стороны федеральных и местных органов власти.

Список литературы:

1. Анализ влияния федеральных программ поддержки малого предпринимательства на развитие сектора малого бизнеса в России [электронный ресурс] — Режим доступа. URL: http://www.opes.ru/arhiv.aspx?ob_no=86047
2. Волконский В.А. О роли малого и среднего бизнеса в России и мире. // Экономика и математические методы. 2005. Т. 41. № 1. С. 20—36.
3. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса [электронный ресурс] — Режим доступа. URL: <http://www.businesslearning.ru>
4. Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее / Под ред. Б.Г. Ясина, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буева. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2003. 220 с.

ПРИМЕНЕНИЕ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ КЛАССИФИКАЦИИ ВИДОВ ВОСПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Сидорова Дарья Владимировна

аспирант СтГАУ,

г. Ставрополь

E-mail: sidodarya@yandex.ru

Уровень развития воспроизводственного процесса существенно отличается в разрезе предприятий Ставропольского края, что связано частично с их географическим расположением, определяющим сочетание природно-климатических и экономических условий ведения производства. В различных административных районах края аграрные предприятия отличаются друг от друга специализацией, структурой посевных площадей, размером поголовья сельскохозяйственных животных, численностью работников. Важнейшее же влияние на результаты их деятельности, а, следовательно, и вид воспроизводства, оказывают количество, качество, а также эффективность использования основных и оборотных средств.

Для классификации различных сельскохозяйственных предприятий по видам воспроизводственного процесса был использован распространенный в статистических исследованиях метод кластерного анализа.

Кластерный анализ представляет собой многомерную статистическую процедуру, основная задача которой разбиение множества исследуемых объектов и их признаков на однородные в некотором смысле группы или кластеры. Большое достоинство данного вида анализа состоит в том, что он дает возможность производить разбиение объектов с учетом всех группировочных признаков одновременно. Кроме того кластерный анализ в отличие от большинства математико-статистических методов не накладывает никаких ограничений на вид рассматриваемых объектов и позволяет рассматривать множество исходных данных практически произвольной природы. Это имеет существенное значение в тех случаях, когда показатели имеют различный вид, затрудняющий применение традиционных эконометрических методов [2; 3].

В указанном аспекте были рассмотрены крупные и средние сельскохозяйственные предприятия второй природно-экономической зоны Ставропольского края, которые используют более 35 % площади сельскохозяйственных угодий края, в том числе более 40 % пашни. В общем объеме производства Ставропольского края доля зерновых составляет более 60 %. Производство данного вида продукции предприятиями второй зоны на 11,2 % превышает объем производства зерновых в третьей зоне, и составляет 41,7 % от общего объема производства в крае [1].

На территории второй природно-экономической зоны Ставропольского края функционируют 104 крупных и средних сельхозпредприятия. Для создания генеральной совокупности панельных данных за 2009—2011 гг. было отобрано 86 хозяйств. Основанием для цензурирования стала трансформация ряда предприятий (банкротство, смена организационно-правовой формы) за исследуемый период, а также наличие нетипичных данных, выявленных на основе описательных статистик. Все расчеты были проведены с использованием пакета прикладных программ STATISTICA 8.0.

Для формирования совокупности признаков, характеризующих исследуемые объекты с точки зрения принадлежности к определенному виду воспроизводственного процесса, были выбраны следующие показатели: фондообеспеченность, энергообеспеченность, коэффициент прироста основных средств; обеспеченность оборотными средствами, уровень рентабельности.

Классификация объектов по выбранным признакам проводилась с использованием кластерного анализа методом k -средних, который относится к группе так называемых итеративных методов эталонного

типа и позволяет получить оптимальное разбиение сельскохозяйственных предприятий по виду воспроизводственного процесса, при котором сумма внутригрупповых дисперсий минимальна.

Распределение хозяйствующих субъектов второй сельскохозяйственной зоны Ставропольского края в 2009—2011 гг. было рассмотрено по 2—7 кластерам.

Случай 2 кластеров не представляет существенного исследовательского интереса из-за объединения в одном кластере разнородных субъектов. Выделение 5—7 кластеров представляется излишним, так как в различные группы попадают достаточно однородные субъекты. Сравнение же расчетов по трем итерациям в случаях 3 и 4 кластеров показало более высокое качество классификации при образовании 3 кластеров, так как именно в данном случае различия между кластерами были наиболее значимыми. О приемлемом качестве разбиения изучаемой совокупности на 3 кластера свидетельствует и то, что в большинстве случаев значения межгрупповой дисперсии признаков превышали значения внутригрупповой. Сравнение в динамике средних нормированных значений признаков в каждом кластере при выделении 3 кластеров указывает на их достаточную устойчивость во времени, тем самым подтверждая правильность применяемого подхода. Таким образом, наиболее оптимальным в данном случае было принято выделение 3 кластеров.

Сельскохозяйственные предприятия, вошедшие в первый кластер, характеризуются достаточно низкими значениями фондобеспеченности (не более 77 % по отношению к средней по всей совокупности), а также наименьшими значениями энергообеспеченности (около 70 %). Данное обстоятельство позволяет предположить, что машинно-тракторный парк этих хозяйств, являющийся важнейшей составляющей средств производства, в данной группе хозяйств Ставропольского края укомплектован недостаточно, а имеющаяся в нем техника морально и физически устарела. Отмечаемые при этом высокие значения коэффициента прироста основных средств (в 2-4 раза по отношению к среднему значению) свидетельствуют о значительных размерах в течение последних лет финансовых вложений в основные средства, прежде всего направляемых на приобретение сельскохозяйственной техники. В результате обеспеченность оборотными средствами (в расчете на 1 га сельхозугодий) у предприятий данного кластера оказалась тоже ниже среднего уровня по всей изучаемой совокупности (менее 75 %).

Однако следует отметить, что уровень рентабельности данной группы хозяйств на протяжении всего исследуемого периода превышал среднее значение по всей исследуемой совокупности в 2—4 раза и составлял от 21 до 40 %. Это может быть обусловлено тем, что использование приобретаемых за этот период современных технических средств позволило совмещать выполнение нескольких технологических операций, сокращать сроки проведения полевых работ и повышать их качество, снижая за счет этого себестоимость производимой продукции, что во многом способствует повышению эффективности аграрного производства. Таким образом, данную группу хозяйств можно условно обозначить как «ведущие простое воспроизводство, но стремящиеся его расширить».

Во втором кластере оказались хозяйства с наибольшими по всей исследуемой совокупности фондообеспеченностью (более 150—220 % по отношению к средней по совокупности), энергообеспеченностью (не менее 130 %) и обеспеченностью оборотными средствами (примерно 160—210 %), средними значениями коэффициента прироста основных средств (за исключением 2011 г.), а также уровнем рентабельности выше среднего (в 2010—2011 гг.). Данный факт, вероятнее всего, свидетельствует о близком к оптимальному размеру парка сельскохозяйственной техники, состоящего из современных энергонасыщенных тракторов и машин. В свою очередь это позволило не допускать дефицита оборотных средств, являющихся важным условием обеспечения непрерывного процесса производства. Таким образом, сельхозорганизации, входящие во второй кластер, можно назвать «ведущие расширенное воспроизводство».

Предприятия, входящие в третий кластер, отличаются минимальной фондообеспеченностью (менее 75 % по отношению к средней по совокупности), при этом энергообеспеченность на протяжении всего исследуемого периода составляла не менее 92 % от среднего значения. Следовательно, машинно-тракторный парк на предприятиях данной группы сформирован из устаревшей техники. В 2010—2011 гг. в среднем по кластеру коэффициент прироста основных средств был равен 0. Также необходимо отметить, что обеспеченность оборотными средствами на 1 га сельскохозяйственных угодий на предприятиях данного кластера ниже среднего (также не более 75 %). Сложившаяся ситуация, вероятнее всего, объясняется тяжелым финансовым положением рассматриваемых предприятий, что подтверждается самым низким уровнем рентабельности по исследуемой совокупности. Не позволяют исправить сложившееся

положение инфляция и диспаритет цен на продукцию сельского хозяйства и промышленности, оказывающие наиболее негативное влияние именно на хозяйства данного кластера. Под действием этих факторов в каждом последующем производственном цикле все большая доля финансовых ресурсов уходит на пополнение оборотных средств, в результате чего основные средства не приобретаются. Следовательно, предприятия можно идентифицировать как «ведущие суженное воспроизводство».

Таким образом, проведенный нами кластерный анализ видов воспроизводства на крупных и средних предприятиях второй сельскохозяйственной зоны Ставропольского края, показал, что уровень развития воспроизводственного процесса имеет существенную дифференциацию в зависимости от обеспеченности и эффективности использования основных и оборотных средств.

Список литературы:

1. Журавель В.Ф. Особенности управления устойчивым развитием аграрного природопользования Ставропольского края // Бюллетень Института устойчивого развития Общественной палаты РФ «На пути к устойчивому развитию России». — 2011. — № 56. — С. 76—79.
2. Сошникова Л.А., Тамашевич В.Н., Уебе Г., Шеффер М. Многомерный статистический анализ в экономике : учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 598 с.
3. Халафян А.А. STATISTICA 6. Статистический анализ данных: учебник. — Изд. 3-е. — М.: ООО «Бином-Пресс», 2007. — 512 с.

УЧЁТ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Сорокина Людмила Викторовна

ассистент КубГАУ,

г. Краснодар

E-mail: rus8europe@mail.ru

Государственное регулирование сельскохозяйственного производства должно осуществляться с учётом региональных особенностей, которые определяют факторы:

- объективные — биоклиматический потенциал и землеобеспеченность региона, национальные и бытовые традиции населения, расстояние от места производства до места потребления продукции;
- субъективные — степень использования биоклиматического потенциала и земли региона, уровень развития сельскохозяйственного производства, пищевой и перерабатывающей промышленности, инфраструктуры [1; 5].

В качестве результирующих показателей действия перечисленных факторов нами изучены максимальные и минимальные уровни продукции сельского хозяйства субъектов Российской Федерации, урожайности сельскохозяйственных культур, продуктивности сельскохозяйственных животных и птицы, фактического уровня годового потребления продуктов питания на душу населения в регионах России [2; 3; 4].

Из-за региональных особенностей соотношение максимального и минимального уровней продукции сельского хозяйства субъектов Российской Федерации в 1995—2010 гг. изменялось в пределах 192—649 раз.

Максимальное значение урожайности зерновых и зернобобовых культур находилось в границах 26,1—52,2 ц/га, минимальное значение — 3,5—7,8 ц/га. Разница между максимальным и минимальным значениями увеличилась с 25,3 до 38,8 ц/га, средняя урожайность — с 13,1 до 18,3 ц/га (таблица 1). В 2010 г. производством зерновых и зернобобовых культур занимались 74 субъекта Российской Федерации. Абсолютным лидером по получению максимальной урожайности зерновых и зернобобовых являлся Краснодарский край. Минимальную урожайность получали Саратовская, Оренбургская, Амурская области, республики Тыва, Саха

(Якутия), Хакасия, Алтай, Агинский Бурятский автономный округ, Еврейская автономная область, Камчатский край.

Таблица 1.

Урожайность сельскохозяйственных культур в субъектах Российской Федерации в 1995—2010 гг., ц/га

Показатель	Зерновые и зерно-бобовые	Сахарная свёкла	Подсол-нечник	Лён—дол-гунец/га	Картофель	Овощи
Границы максимального значения урожайности в субъектах РФ:						
min	26,1	229	18,0	6,7	166	288
max	52,2	508	33,4	17,2	220	389
Границы минимального значения урожайности в субъектах РФ:						
min	3,5	22	0,8	0,8	21	19
max	7,8	108	4,3	2,5	68	58
Разница между максимальным и минимальным значениями урожайности:						
1995 г.	25,3	188	16,7	7,9	186	295
2010 г.	38,8	398	18,3	16,4	159	268
Средняя урожайность:						
1995 г.	13,1	188	10,6	4,4	118	148
2010 г.	18,3	241	9,6	8,2	100	180

Максимальное значение урожайности сахарной свёклы (фабричной) изменялось в границах 229—508 ц/га, минимальное значение — 22—108 ц/га. В 2010 г. производством сахарной свёклы занимались 27 субъектов Российской Федерации, в 1995 г. — 30. Разница между максимальным и минимальным значениями урожайности увеличилась со 188 до 398 ц/га, средняя урожайность — со 188 до 241 ц/га. Максимальную урожайность получали Ставропольский край, республики Карачаево-Черкесская, Ингушетия, Северная Осетия-Алания, Мордовия. Минимальную урожайность получали области Новосибирская, Оренбургская, Волгоградская,

Самарская, республики Северная Осетия-Алания, Дагестан, Калмыкия, Кабардино-Балкарская, Чеченская, Адыгея.

Максимальное значение урожайности подсолнечника находилось в границах 18,0—33,4 ц/га, минимальное значение — 0,8—4,3 ц/га. В 2010 г. производством подсолнечника занимались 43 субъекта Российской Федерации, в 1995 г. — 39. Разница между максимальным и минимальным значениями урожайности увеличилась с 16,7 до 18,3 ц/га, средняя урожайность снизилась с 10,6 до 9,6 ц/га. Лидерами по урожайности подсолнечника являлись Приморский и Хабаровский края, в 2008—2009 гг. — Кемеровская область, в 2010 г. — Кемеровская область и Краснодарский край. Минимальную урожайность получали области Астраханская, Челябинская, Новосибирская, Орловская, республики Ингушетия, Дагестан, Алтай, Чеченская, Хакасия, Калмыкия, край Красноярский.

Максимальное значение урожайности льна-долгунца изменялось в границах 6,7—17,2 ц/га, минимальное значение — 0,8—2,5 ц/га. В 2010 г. производством льна-долгунца занимались 21 регион, в 1995 г. — 25. Разница между максимальным и минимальным значениями урожайности увеличилась с 7,9 до 16,4 ц/га, средняя урожайность — с 4,4 до 8,2 ц/га. Лидерами по урожайности льна-долгунца выступали области Пензенская, Омская, Тульская, Новосибирская, Брянская, края Алтайский, Красноярский, республика Марий Эл. Минимальную урожайность получали края Красноярский, Пермский, области Томская, Тюменская, Владимирская, Курганская, Калужская, Республика Татарстан.

Максимальное значение урожайности картофеля находилось в границах 166—220 ц/га, минимальное значение — 21—68 ц/га. В 2010 г. производством картофеля занимались 81 регион, в 1995 г. — 79. Разница между максимальным и минимальным значениями урожайности уменьшилась со 186 до 159 ц/га, средняя урожайность снизилась со 118 до 100 ц/га. Максимальную урожайность картофеля получали Вологодская и Тюменская области. Минимальную урожайность получали республики Калмыкия, Ингушетия, Чеченская, области Саратовская, Ульяновская, Пензенская, автономный округ Ямало-Ненецкий.

Максимальное значение урожайности овощей изменялось в границах 288—389 ц/га, минимальное значение — 19—58 ц/га. В 2010 г. производством картофеля занимались 81 регион, в 1995 г. — 79. Разница между максимальным и минимальным значениями урожайности снизилась с 295 до 268 ц/га, средняя урожайность увеличилась со 148 до 180 ц/га. Максимальную

урожайность овощей получали области Ярославская, Кировская, Новосибирская, Тюменская, Астраханская, автономные округа Коми-Пермяцкий и Чукотский. Минимальную урожайность получали Мурманская область, автономные округа Корякский, Ямало-Ненецкий, Чукотский, республики Ингушетия и Чеченская.

Максимальное значение надоя на одну корову изменялось в границах 2810—7527 кг, минимальное значение — 215—1112 кг. Разница между максимальным и минимальным значениями увеличилась с 2697 до 6861 кг, средний надой — с 2016 до 4189 кг. В 2010 г. производством молока занимались 81 субъект Российской Федерации. Лидерами по надоям на одну корову выступали Мурманская и Ленинградская области. Минимальные надои получали Забайкальский край, Магаданская область, Агинский Бурятский автономный округ, республики Ингушетия, Чеченская, Тыва (таблица 2).

Максимальное значение средней годовой яйценоскости кур-несушек изменялось в границах 268—336 штук, минимальное значение — 4—81 штук. Разница между максимальным и минимальным значениями увеличилась с 200 до 313 штук, средняя яйценоскость по Российской Федерации с 212 до 307 штук. В 2010 г. производством яиц/га занимались 74 субъекта Российской Федерации, в 1995 г. — 77. Лидерами по яйценоскости выступали области Вологодская, Иркутская, Новосибирская, Белгородская, Тюменская, Сахалинская, Свердловская, республика Удмуртская. Минимальная яйценоскость отмечена в автономных округах Чукотский, Усть-Ордынский Бурятский, Агинский Бурятский, республиках Карачаево-Черкесская, Алтай, Тыва, Магаданской области.

Таблица 2.

**Продуктивность сельскохозяйственных животных и птицы
в сельскохозяйственных организациях
в субъектах Российской Федерации в 1995—2010 гг.**

Показатель	Надои молока на одну корову, кг	Средняя годовая яйценоскость кур-несушек, штук	Средний годовой настриг шерсти с одной овцы, кг
Границы максимального значения продуктивности в субъектах РФ:			
min	2810	268	1,9
max	7527	336	6,2
Границы минимального значения продуктивности в субъектах РФ:			
min	215	4	0,0
max	1112	81	0,4
Разница между максимальным и минимальным значениями продуктивности:			
1995 г.	2697	200	5,6
2010 г.	6861	313	3,4
Средняя продуктивность:			
1995 г.	2016	212	2,7
2010 г.	4189	307	2,3

Максимальное значение настрига шерсти с одной овцы находилось в границах 1,9—6,2 кг, минимальное значение — 0—0,4 кг. Разница между максимальным и минимальным значениями уменьшилась с 5,6 до 3,4 кг, средний настриг уменьшился с 2,7 до 2,3 кг. В 2010 г. производством шерсти занимались 81 субъект Российской Федерации, в 1995 г. — 79. Максимальный настриг шерсти с одной овцы получали республики Карачаево-Черкесская, Калмыкия, Коми, Марий Эл, Хакасия, Удмуртская, края Ставропольский, Красноярский, области Ростовская и Смоленская. Минимальный настриг получали области Амурская, Архангельская, Владимирская, Вологодская, Калининградская, Кемеровская, Кировская, Ленинградская, Липецкая, Мурманская, Новгородская, Псковская, Смоленская, Свердловская, Томская, Тульская, Челябинская,

республики Марий Эл, Карелия, Коми, края Пермский, Камчатский, Приморский.

Анализ фактического уровня годового потребления продуктов питания на душу населения показал существенное различие между регионами. Соотношение максимального и минимального уровней потребления в 1995—2010 гг. составило: по картофелю 4,6—13,3 раз, овощам, продовольственным бахчевым культурам 5,0—16,8, сахару 2,2—2,9, растительному маслу 2,3—4,2, хлебным продуктам 1,8—2,9, мясу и мясопродуктам 2,6—3,8, молоку и молочным продуктам 2,3—6,3, яйцам 3,7—15,8 раз.

При государственном регулировании сельскохозяйственного производства учёт региональных особенностей предполагает:

- физическую и экономическую доступность пищевых продуктов в объёмах не меньше рациональных норм их потребления, необходимых для активного и здорового образа жизни населения региона;
- развитие традиционных и существенных для субъектов Российской Федерации подотраслей сельского хозяйства.

Список литературы:

1. Михайлушкин П. Агропродовольственный рынок: сущность и принципы организации / П. Михайлушкин // АПК: Экономика, управление. — 2011. — Вып. № 8. — С. 57—61.
2. Регионы России. Социально—экономические показатели. 2011: Стат. сб. / Росстат. — М., 2011. — 990 с. [электронный ресурс] — Режим доступа.— URL: [http:// www.gks.ru](http://www.gks.ru)
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2007: Стат. сб. / Росстат. — М., 2007. — 991 с. [электронный ресурс] — Режим доступа.— URL: [http:// www.gks.ru](http://www.gks.ru)
4. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2005: Стат. сб. / Росстат. — М., 2005. — 982 с. [электронный ресурс] — Режим доступа.— URL: [http:// www.gks.ru](http://www.gks.ru)
5. Ушачев И. Территориально-отраслевое разделение труда — основной фактор развития агропромышленного производства России / И. Ушачев, А. Алтухов // АПК: Экономика, управление. — 2011. — Вып. № 8. — С. 3—12.

ДЛЯ ЗАМЕТОК:

«ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА»

Материалы международной заочной научно-практической
конференции

29 августа 2012 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 05.09.12. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 8,125. 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