

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ**

**Факультет менеджмента**

**Кафедра менеджмента**



**ИННОВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ  
УПРАВЛЕНИЯ  
И МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ**

**Сборник докладов  
международной научно-практической конференции**

**Санкт-Петербург  
2011**

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ**

**Факультет менеджмента**

**Кафедра менеджмента**



**ИННОВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ  
УПРАВЛЕНИЯ  
И МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ**

**Сборник докладов  
международной научно-практической конференции**

**Санкт-Петербург  
2011**

**ББК 65.9(2)-5**  
**УДК 338.2**  
**И66**

*Редакционная коллегия:*

**Бахарев В. О.** — д. э. н., профессор, декан факультета менеджмента СПбУУЭ

**Голубецкая Н. П.** — д. э. н., профессор, зав. кафедрой менеджмента СПбУУЭ

**Чиркова Т. В.** — к. э. н., доцент кафедры менеджмента СПбУУЭ

**И66** **Инновационные механизмы управления и модернизация экономики: сборник докладов международной научно-практической конференции 18 апреля 2011 г.** — СПб.: Санкт-Петербургский университет управления и экономики, 2011. — 218 с.: ил.

**ISBN 978-5-94047-253-7**

В сборнике материалов конференции рассматриваются проблемы современного менеджмента в условиях модернизации российской экономики. Особое внимание уделяется теоретическим и методическим подходам в классической экономической теории и менеджменте. Показаны пути и перспективы изменения системы управления на всех уровнях в условиях глобализации и информатизации мирового экономического пространства. Рассматриваемые вопросы могут быть интересны для преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов, изучающих проблемы менеджмента.

**ББК 65.9(2)-5**  
**УДК 338.2**

**ISBN 978-5-94047-253-7**

© Коллектив авторов, 2011  
© СПбУУЭ, оформление, 2011

## ВВЕДЕНИЕ

18 апреля 2011 г. на факультете менеджмента СПбУУЭ прошла международная преподавательская, аспирантская, магистерская, студенческая научно-практическая конференция «Инновационные механизмы управления и модернизация экономики», в которой были представлены методические разработки более 80 участников из 14 высших учебных заведений России и зарубежья.

В конференции приняли участие: Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов; ГУ — Высшая школа экономики (Санкт-Петербургский филиал); Алма-Атинский технологический университет; Барановичский государственный университет (Республика Беларусь); Государственная полярная академия; Кабардино-Балкарская государственная сельскохозяйственная академия им. В. М. Кокова; Санкт-Петербургский институт экономики и управления предприятиями сервиса; Санкт-Петербургский государственный горный институт (Технический университет) им. Г. В. Плеханова; Якутский институт экономики СПбУУЭ; Магаданский институт экономики СПбУУЭ; Псковский институт экономики СПбУУЭ; Казанский институт экономики СПбУУЭ, Мурманский институт экономики СПбУУЭ, а также Санкт-Петербургский университет управления и экономики.

Участники конференции проявили свои выдающиеся способности молодых исследователей, которые были отмечены преподавателями и коллегами.

Ключевыми направлениями модернизации деятельности менеджмента в современных условиях являются: во-первых, ускорение процессов принятия решений в совокупности с усилением мониторинга внешней среды для повышения эффективности принятых решений; во-вторых, борьба за увеличение конкурентных преимуществ компании; в-третьих, расширение используемых финансовых инструментов; в-четвертых, повышение значимости и расширение полномочий аналитических подразделений компании; в-пятых, курс на более полное и рациональное использование кадровых ресурсов компании, персонализированный подход к работникам, мотивация к отождествлению успеха работников с успехами организации.

Участники конференции, высказали немало благодарственных слов в адрес организаторов конференции, за возможность встретиться и обсудить интересующие их проблемы, выразили готовность участия в подобных конференциях, проводимых в СПбУУЭ.

**Загарацкий А. А.**  
*Руководитель аппарата Законодательного Собрания  
Санкт-Петербурга*

## **МЕХАНИЗМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТРАТЕГИИ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

На сегодняшний день на рынке происходит постоянное совершенствование существующих и появление новых продуктов потребления. Ассортиментный ряд расширяется быстро. Вновь появляющиеся технологии несут в себе огромные возможности для сферы образования, здравоохранения, бизнеса и пр.

Однако наряду с позитивными изменениями последствия научно-технического прогресса носят и негативный характер. Речь идет об усилении турбулентности во внешней среде, прежде всего, за счет развития новых технологий и производств. Традиционные методы управления и регулирования экономикой больше не действуют. И так как замедлять развитие НТП неразумно, а устранить его влияние на изменение привычного экономического климата невозможно, то объективно неизбежно возникает необходимость выработки новых методов управления.

Развитие новых технологий и рынков привело к тому, что сегодня во всем мире экономический рост хозяйствующих субъектов определяется той долей продукции и оборудования, которые содержат прогрессивные знания и современные решения. В экономической литературе этот процесс характеризуют как переход от индустриальной экономики XIX и XX вв. к экономике, основанной на знаниях, которая будет доминировать в XXI в. Основное их отличие состоит в том, что в индустриальной экономике совершенствование продукции достигается за счет приложения новых знаний к природным ресурсам, оборудованию, труду, а в инновационном типе экономики это развитие обеспечивается за счет применения новых знаний к знаниям.

В связи с наметившимся переходом к экономике высоких технологий теории, т. е. сфера науки и образования, и практики, т. е. руководители предприятий и организаций, все чаще задаются вопросом о том, каковы самые современные принципы и тенденции в методологии инновационного управления? Инновации принято считать не только залогом устойчивого экономического развития, но и связывать с венчурным, а значит рискованным предпринимательством. Да, в инно-



вационной деятельности не обойтись без риска. Но по существу вся экономическая деятельность связана с неопределенностью результата, а вкладывать ресурсы в день вчерашний намного рискованнее, чем в день завтрашний. Как показывает передовой зарубежный и ведущий отечественный опыт, осуществление инноваций может оказаться высоко рискованным только для тех, кто не обладает достаточной компетентностью и не владеет современной методологией.

С момента принятия к распространению новшество (новация) приобретает новое качество — становится нововведением (инновацией). Процесс выведения новшества на рынок называется коммерциализацией, а период времени между появлением новшества и его воплощением — инновационным лагом. Анализируя существующие концепции управления инновациями, мы сделали вывод о том, что на сегодняшний день четкий понятийный аппарат в области инноваций пока еще не сложился.

Можно выделить несколько причин, по которым мнения авторов расходятся:

- не устоявшаяся терминология в инновационном менеджменте;
- сложность объекта исследования;
- особый характер инновационного процесса, наиболее важными чертами которого являются принципиальная новизна, уникальность и оригинальность, хотя возможны инновации не радикального характера.

Отметим, что инновациями можно управлять. Это означает, что можно использовать различные способы и средства управляющего воздействия, позволяющие в той или иной степени влиять на ход инновационного процесса, на увеличение продолжительности жизненного цикла инноваций, на рост эффективности инноваций и пр. Результативность способов и средств управляющего воздействия во многом определяется классификацией инноваций, которая означает распределение инноваций на конкретные группы по определенным признакам для достижения поставленной цели.

Ряд авторов детализирует инновационный процесс, рассматривая его с несколько иных позиций — с позиций закономерности цикличности инновационных колебаний и применительно к жизненному циклу конкретного новшества. В первом случае инновационный процесс представляет собой реализацию совокупности изменений в продукте, технике и технологии, основанных на радикальных инновациях, влекущих за собой появление качественно новых продуктов, изменение структуры издержек, условий производства, потребления. Применительно к жизненному циклу конкретного новшества инновационный процесс трактуется как цепь событий по реализации

изменения, формулирующего новый способ удовлетворения сложившихся общественных потребностей либо создающего новые. Инновационный процесс складывается из взаимосвязанных и взаимообусловленных отдельных элементов, которые образуют единое комплексное целое.

Одной из главных особенностей инновационного процесса является его цикличность, внутреннее содержание которой всегда содержит ряд последовательных этапов как внутри предприятия, так и за его пределами на стадии использования новой продукции у потребителей. В тоже время совокупность стадий инновационного процесса образуют единый инновационный цикл и являются относительно самостоятельными элементами цикла со свойственным для него комплексом мероприятий.

Все стадии инновационного процесса предполагают свои методы организации труда, управления, финансирования, кадрового обеспечения и пр. Для уменьшения риска и достижения успеха, предприятие должно интегрировать различные стадии инновационного процесса в единую цепь, каждое звено которой выполняет важную задачу в достижении общей цели — осуществления инноваций.

Особую важность здесь приобретает стыковка звеньев с целью обеспечения непрерывности, гибкости и динамики всего инновационного процесса. В данном случае результат предшествующей стадии служит основой для поступательного движения к следующей стадии. Таким образом, наиболее простой моделью инновационного процесса служит инновационная цепь, которая представляет собой полный инновационный цикл, состоящий из относительно самостоятельных, но в то же время взаимосвязанных стадий. Ученые и специалисты, посвятившие свою деятельность исследованию практических проблем, возникающих на промышленных предприятиях, справедливо констатируют, что в подавляющем большинстве эти проблемы являются следствием управленческих ошибок. Поэтому инновационная деятельность как объект управления представляет собой один из важных и самых трудных объектов деятельности руководителей и специалистов, поскольку она охватывает совокупность сложных процессов и явлений, возникающих на промышленных предприятиях в процессе реализации инновационных проектов.

Инновационная деятельность включает в себя не только инновационный процесс преобразования научного знания в новые виды продуктов, технологий или услуг, но и маркетинговые исследования рынков сбыта товаров, их потребительских свойств, конкурентной среды, поиск новаторских идей и решений, а также комплекс технологических, управленческих и организационно-экономических ме-

роприятий, которые в своей совокупности приводят к инновациям. В сферу инновационной деятельности включается модификация продуктов, пользующихся спросом на товарном рынке, путем доработки конструкций и применения новых технологических процессов с целью улучшения эксплуатационных параметров, снижения себестоимости изготовления, получения дополнительной прибыли и пр. Для осуществления стратегии модернизации российской экономики необходимо разработать механизмы стимулирования инновационной деятельности во всех сферах и сегментах экономики.

**Голубецкая Н. П.**

*д. э. н., профессор, зав. кафедрой менеджмента  
Санкт-Петербургский университет управления и экономики*

## **ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

В постиндустриальном, информационном обществе довольно часто объектом хозяйственного управления становятся предпринимательские сети, организованные на основе долгосрочного сотрудничества между отдельными предприятиями. В объединениях традиционного типа (холдингах, концернах, трестах и т. д.) предприятия могут полностью или частично лишиться юридической хозяйственной самостоятельности и т. д. Подобные объединения имеют, как правило, громоздкую управленческую структуру, что не позволяет им достаточно четко и своевременно реагировать на изменения внешней среды.

В сетевой организации сочетаются элементы рынка с иерархической координацией действий, но на первый план выходят кооперационные и информационные связи, а имущественные связи могут присутствовать в форме долевого участия.

Компании, обладающие жесткой иерархической управленческой структурой имеет существенный недостаток — малую гибкость. Они чаще всего малоадаптивны, инерционны, не могут достаточно быстро и эффективно реагировать на изменения внутренней и внешней среды. Кроме того, такая форма интеграционного взаимодействия неприемлема для многих представителей малого и среднего бизнеса, так как ограничивает их права собственника и свободу действий. От этих недостатков позволяет избавиться свободная организация межфирменных связей на основе формирования предпринимательских сетей.



Спецификой сетевого подхода (в рамках более общего системного подхода) является интеграция отраслевых и территориальных аспектов, возможность более полного использования инфраструктурного потенциала, а также способность к изменению конфигурации сети: замене элементов, присоединению дополнительных элементов.

Обсуждение развития сетей на научных съездах и конференциях показало отсутствие научно-методических проработок данного вопроса. Доля малых предприятий в общей численности предприятий сферы предпринимательства достаточно велика. Растет понимание не только преимуществ специализации малого бизнеса, но и необходимости использования разных форм производственной и сбытовой кооперации, разделения риска. Формируются новые формы организации и координации производства и межфирменного взаимодействия.

Развитие системы электронных коммуникаций, появление новых технологий меняют взгляды на партнеров и потребителей. Растущий потенциал и быстро снижающиеся издержки информационно-коммуникационной сферы открывают большие возможности для развития новых форм делового взаимодействия. Процесс глобализации усиливает взаимозависимость различных сфер деятельности, что, в свою очередь, подталкивает не только предпринимательские структуры, но и государственные институты активно взаимодействовать между собой.

Под влиянием этих процессов все более и более актуальными становятся вопросы эффективного взаимодействия между партнерами, создания принципиально новых организационных форм, построения системы взаимодействия особого типа, с помощью которой можно будет успешно управлять отношениями между компаниями.

Современный этап развития экономики характеризуется глубокими изменениями в традиционной системе взаимодействия предпринимательских структур. Акцент новой философии, доктрин и концепций ставится на углубленное исследование теоретических и практических областей социально-психологических функций менеджмента и объединение в корпоративных целях целей и взглядов многочисленных формальных организаций порожденных новыми коммуникативными возможностями информационно-компьютерного этапа социального развития.

Интенсификация различных видов коммуникаций предусматривает повышение организационно-технического уровня действующих предпринимательских структур и создание новых на инновационной основе.

Для реализации инновационного пути создания и развития предпринимательских структур необходимы эффективные системы

управления бизнесом как на региональном, так и федеральном уровне, осуществляющие разработку инноваций в коммуникационной сфере и оказывающие помощь в их внедрении, так как многообразие предпринимательских структур по специализации, масштабу, организационно-правовым формам, по организационно-техническому уровню и прочим параметрам делает затруднительным выбор партнеров, позволяющих решить актуальные проблемы функционирования и развития коммерческих структур.

Ответом на эти и многие другие вопросы стало развитие сетевых форм взаимодействия предпринимательских структур, отличающихся от прочих гибкостью, специализацией, упором на управление взаимоотношениями и связями, а не рыночными транзакциями. Сети являются средством многократного увеличения возможностей и скорости осуществления коммуникаций, следовательно, они решают одну из важнейших проблем глобального информационного общества, заключающуюся в генерации, хранении и обработке постоянного потока и огромного массива информации, которая становится главным общественным ресурсом.

**Васильева Е. Н.**

*советник Аппарата Президента РФ*

## **ВНЕДРЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ КАК УСЛОВИЕ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

В настоящий момент практически отсутствуют готовые методики внедрения управленческих инноваций на промышленных предприятиях. Обращение к научно-исследовательским институтам, консультационным фирмам, литературным источникам показало, что имеются либо устаревшие (советского периода) методики изменения системы управления, — например, проектирования организационных структур, — либо концепции реформирования предприятия, носящие скорее теоретический характер, либо зачатые методики.

Советские методики совершенствования управления создавались во времена плановой экономики и отражали отличную от современной действительность. В те времена практиковалось применение единых типовых структур, единых директивных методов управления. Предприятия, как правило, содержали в своем составе весь набор обслуживающих производств, большое внимание уделялось развитию социальной сферы. Связи с поставщиками и подрядчиками

определялись вышестоящим руководством. Реформирование организации осуществлялось обычно на основании директив министерства, а не по инициативе самого предприятия. Именно поэтому применение «советских» методик в настоящее время весьма затруднительно.

Имеющиеся современные концепции внедрения управленческих инноваций не могут быть методической основой внедрения, поскольку ни одна из них не доведена до уровня методики, ориентированной на конкретное нововведение.

Опубликованные западные методики, ориентированы на предприятия, которые всегда работали в условиях рыночной экономики. В них никогда не ставился вопрос адаптации к российским условиям. При этом в литературе отмечается, что сама такая адаптация является дополнительной «нагрузкой» на инновацию и может свести содержание нововведения к нулю. За минувшие годы рыночных преобразований в отечественной практике управления накопился большой опыт восприятия и внедрения западных инноваций в организациях разного типа и различных видов бизнеса. Отчасти это связано с появлением на российском рынке множества иностранных фирм, переносящих свой опыт управления, а так же зарубежных консультантов и западного бизнес-образования.

В настоящее время существует довольно узкий круг обобщающих эмпирических исследований, посвященных проникновению западного управленческого опыта в практику российского менеджмента. Смысл подобных исследований — понять, какие инновации происходят в определенных группах фирм, отраслях и национальных экономиках в целом. Какова роль культурных норм и ценностей при осуществлении инновационного развития, каково влияние лингвистических особенностей языка, каковы расходы издержки и выгоды от внедрения. Большинство зарубежных методик внедрения управленческих инноваций невозможно напрямую использовать на российских предприятиях без предварительной адаптации.

В недавних попытках определить реальную распространенность и хотя бы приблизительную эффективность пяти последовательно сменявших друг друга популярных управленческих нововведений: Total Quality Management, Just-in Time, Activity-Based Costing, Business Process Reengineering, Process Innovation не удалось найти никаких обзоров внедрения, превышающих несколько компаний. В отечественной практике нам известно только одно обследование, проведенное при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований в 1999 г.: «Восприятие западных моделей менеджмента работниками российских предприятий», посвященное инновациям в кадровом менеджменте. Под термином «методические

основы» будет пониматься совокупность положений, которые определяют последовательность (этапы) внедрения управленческих инноваций, а так же основные идеи, приемы, способы (методы) выполнения работ на отдельных этапах внедрения.

При создании методических основ были введены этапы внедрения инновации в управление:

а) проведению инновационных изменений системы управления должна предшествовать диагностика инновационной среды предприятия. Ее возможно проводить на основании предложенной нами методики оценки состояния управленческих инноваций на предприятии;

б) на основании проведенной процедуры осуществляется оценка инновационной среды предприятия, вырабатывается политика в области инноваций, выбираются и оцениваются возможные варианты инноваций в управление;

в) выбор и ранжирование основных задач, решаемых с помощью инноваций;

г) разработка и осуществление программы внедрения в том числе, расчет экономических результатов внедрения управленческой инновации.

Оценить эффективность управленческой инновации только экономическими методами достаточно сложно. Сложности определения эффекта привело к появлению в американской практике менеджмента таких показателей, как «прибыль, ощущаемая потенциальным пользователем», «относительная (не экономическая) выгода от использования нововведения», удовлетворенность заказчика выполненной работой, частота использования нововведения в практике управления и ряд других. При выборе управленческой инновации неэкономические факторы, часто играют решающую роль.

**Чиркова Т. В.**

*к. э. н., доцент*

*Санкт-Петербургский университет управления и экономики*

## **ПРИВЛЕЧЕНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ИНОСТРАННЫМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ ДЛЯ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

Привлечение инвестиций (как национальных, так и иностранных) в экономику России является необходимым средством устранения инвестиционного «голода» в государстве. Важным моментом

является страхование инвестиций от некоммерческих рисков. Присоединение России к Многостороннему агентству по гарантиям инвестиций (МИГА), страхующему деятельность от политических и прочих некоммерческих рисков, является важным ходом в этой сфере.

Правила и законы, должны давать гарантию их применения к деятельности потенциальных инвесторов. Правовой режим в России непостоянен, так как находится в стадии постоянного реформирования. Потребность государства в иностранных инвестициях составляет 10–12 млрд долл. в год. Хотя для того, чтобы иностранные инвесторы сделали такие вложения, нужны очень существенные преобразования в инвестиционном климате. В ближайшем будущем законодательная база функционирования иностранных инвестиций должна будет улучшиться за счет принятия законов. Большое значение также окажет законодательное определение прав собственности на землю. Чтобы облегчить доступ иностранных инвесторов к информации о положении на инвестиционном рынке России, был создан Государственный информационный центр содействия инвестициям, организовавший банк предложений российской стороны по объектам инвестирования.

Для улучшения инвестиционного климата и стабилизации экономики требуется принятие ряда существенных мер, которые направлены на формирование в стране, как общих условий развития цивилизованных рыночных отношений, так и специфических, непосредственно относящихся к решению вопроса о привлечении иностранных инвестиций.

Первоочередными мерами, имеющими общий характер, являются:

- достижение между различными структурами власти, политическими партиями и прочими общественными организациями национального согласия;
- ускорение работы Государственной Думы над уголовным законодательством и Гражданским кодексом, целями которой является создание цивилизованного некриминального рынка в стране;
- радикализация борьбы с преступностью;
- ограничение темпов инфляции всеми мерами, известным в мировой практике, за исключением невыплаты работающим зарплаты;
- пересмотр налогового законодательства в области стимулирования производства, а также его упрощение;
- мобилизация свободных средств населения и предприятий на инвестиционные нужды с помощью увеличения процентных ставок по депозитам и вкладам;

– внедрение в строительство системы оплаты объектов за конечную строительную продукцию;

– запуск предусмотренного законодательством механизма банкротства;

– предоставление налоговых льгот банкам, иностранным и отечественным инвесторам, которые идут на долгосрочные инвестиции, с тем, чтобы целиком компенсировать им убытки от очень медленного оборота капитала по сравнению с другими направлениями их деятельности;

– формирование общего рынка со свободным перемещением товаров, капитала и рабочей силы в республиках бывшего СССР.

В числе мер по активизации инвестиций надо отметить:

– срочное рассмотрение и принятие Думой нового закона об иностранных инвестициях в России;

– принятие законов о концессиях и свободных экономических зонах;

– создание системы приема иностранного капитала, которая включает конкурентную и широкую сеть институтов государства, коммерческих банков и страховых организаций, страхующих иностранный капитал от коммерческих и политических рисков, информационно-посреднических центров, которые занимаются подбором и заказом актуальных проектов для России, поиском инвесторов, заинтересованных в их реализации и оперативном оформлении сделок «под ключ»;

– создание в России за короткие сроки национальной системы мониторинга инвестиционного климата;

– разработка и принятие программы укрепления курса рубля и перехода к его полной конвертируемости.

Дополнительное привлечение иностранных инвестиций в Россию может быть обеспечено за счет средств международного рынка капиталов. На международных финансовых рынках необходимые ресурсы могут привлекаться крупнейшими отечественными компаниями и банками, в частности, в форме еврооблигаций. Транснациональные корпорации, осуществляя прямые капиталовложения за рубежом, ориентируются прежде всего на доступный и емкий внутренний рынок сбыта в стране-реципиенте капитала. Рост национального производства и повышение качества жизни населения России послужат основой для более значительного притока иностранных инвестиций в экономику страны.

Инвестиционный потенциал России обеспечивается высоким уровнем спроса на капиталовложения со стороны производственного сектора и существующими предпосылками для его реализации:

– многочисленные квалифицированные и относительно дешевые кадры проектантов, застройщиков, подрядчиков, инженеров, конструкторов, других специалистов, а также рабочих массовых профессий;

– достаточно мощный научный потенциал, особенно в области физических, космических, технических и естественных дисциплин;

– разветвленная, хотя и сильно изношенная производственная, инженерная, транспортная и другие инфраструктуры;

– емкий и ненасыщенный внутренний рынок.

Одной из причин низкого уровня привлечения прямых иностранных инвестиций в Россию выступает отсутствие общей продуманной инвестиционной политики. Корректировка политики правительства и ЦБ по привлечению иностранных инвестиций целесообразна, в частности, в отношении кредитной блокады инвестиционных проектов, когда ставка рефинансирования и доходность ГКО поддерживаются на уровне, превышающем среднюю рентабельность предприятий реального сектора. Одновременно необходимы стабилизация фискальной политики, снижение налогового бремени на первоначальном инвестиционном этапе, создание льготных условий для реинвестирования прибыли в производство.

Другое направление совершенствования государственной экономической политики — создание и обеспечение четкого функционирования инфраструктуры рынка и развитие частного предпринимательства.

Привлечению зарубежных производственных капиталовложений, помимо улучшения общего инвестиционного климата, может способствовать:

– целенаправленное продвижение информации на внешних рынках капитала, раскрывающей особенности и преимущества реализации инвестиционных проектов в России и учитывающей психологию и цели зарубежных инвесторов;

– координация политики налогообложения импортируемых товаров и продукции, произведенной на внутреннем рынке;

– снижение таможенных пошлин на ввоз современного технологического оборудования;

– совершенствование институциональной структуры российской экономики;

– упрощение организационных процедур и сокращение сроков принятия решений при рассмотрении инвестиционных проектов в соответствующих инстанциях;

– четкая регламентация прав, связанных с владением собственностью на территории РФ;



– снижение различного рода рисков.

В настоящее время потребности в инвестициях для модернизации, реконструкции и обновления изношенного производственного аппарата в России превышает наличные финансовые возможности. Между тем в стране есть внутренние источники накопления: средства населения, банков, теневой экономики. Но пока эти денежные средства не организованы. Видимо, нужно создавать специальный экономический механизм — систему денежных займов, гарантированных облигаций и др., а также соответствующих правовых норм (инвестиционный кодекс), которые позволили бы направить поток финансовых ресурсов на решение этой первоочередной задачи. Российские компании могут существенно расширить привлечение иностранного капитала на условиях проектного финансирования. В этом случае повышаются требования к качеству инвестиционного проекта и его информационно-аналитической базе. Перечень необходимых данных и форм может быть размещен в сети Интернет для открытого доступа заинтересованных лиц. Постепенный переход российских организаций, в том числе и строительных, на международные стандарты бухгалтерского учета поможет сделать экономическую информацию более понятной для иностранного инвестора. Среди важных направлений реформирования корректировка амортизационной политики, внесение изменений в учет товарно-материальных запасов и основных средств, начисление финансовых результатов, правила переноса убытков, формирование резервных фондов.

Важную роль в повышении привлекательности производственных инвестиций играют проектирование и строительство. От их качества и эффективности во многом зависят темпы и масштабы развития новых и действующих предприятий и организаций, а также уровень жизни россиян. Конечно, одно строительство, само по себе, не может решить все вопросы восстановления и роста промышленного потенциала. Создание мощной и эффективной строительной базы является необходимым, но не достаточным условием усиления экономической активности. Данная работа раскрывает только ряд направлений улучшения общего инвестиционного климата, в том числе за счет повышения конкурентоспособности отечественных строительных компаний. Представляется вполне реальным, при поддержке государства и финансовых структур, осуществление Россией экспорта строительной продукции. Это будет способствовать накоплению отечественного капитала.

Таким образом, привлечение инвестиций (как национальных, так и иностранных) в экономику России является необходимым

средством устранения инвестиционного «голода» в государстве. Для улучшения инвестиционного климата и стабилизации экономики требуется принятие ряда существенных мер, которые направлены на формирование в стране, как общих условий развития цивилизованных рыночных отношений, так и специфических, непосредственно относящихся к решению вопроса о привлечении иностранных инвестиций. Первоочередными мерами, имеющими общий характер, являются, например: достижение между различными структурами власти, политическими партиями и прочими общественными организациями национального согласия; ускорение работы Государственной думы над уголовным законодательством и ГК, целями которой является создание цивилизованного некриминального рынка в стране; радикализация борьбы с преступностью; ограничение темпов инфляции всеми мерами, известным в мировой практике, за исключением невыплаты работающим зарплаты; пересмотр налогового законодательства в области стимулирования производства, а также его упрощение.

**Пономарева Е. В.**

*ст. преподаватель*

*Санкт-Петербургский университет управления и экономики*

## **ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

В современных условиях развитие науки становится непременным условием создания предпосылок устойчивого духовного, интеллектуального, научно-технического и социально-экономического развития общества и государства. Высокие технологии — это та сфера, которая может решить самые амбициозные задачи в социально-экономическом развитии любого государства. Именно они являются тем мощным рычагом, с помощью которого многие страны не только преодолевают спад в экономике, но и обеспечивают ее структурную перестройку и насыщают рынок разнообразной конкурентоспособной продукцией.

Во всем мире инновационная деятельность рассматривается сегодня как одно из главных условий модернизации экономики. Традиционные отрасли производства во многом исчерпали как экстенсивные, так и интенсивные возможности своего развития. Поэтому во многих странах выдвигаются на первый план уже не эти отрасли, еще недавно определявшие «лицо» экономики всех промышленно развитых государств, а совсем иные, основанные на использовании новейших технологий.

Например, в Германии, почти 100% прироста ВВП осуществляется за счет использования результатов научных исследований и инновации. Тайвань, например, на опыт которого в области использования высоких технологий любят ссылаться многие исследователи, за счет малого и среднего бизнеса обеспечивает 78% занятости и 45% ВВП своей страны.

Английский экономист Г. Бэннок отмечает, что из 70 важнейших изобретений XX в. более половины были сделаны мелкими фирмами либо самостоятельными изобретателями. Именно малыми предприятиями созданы электронные трубки для телевизоров, установки кондиционирования воздуха, электростатические копировальные машины, транзисторы, миксеры и даже реактивный двигатель, не говоря уже о таких мелочах, как шариковая авторучка, застежка «молния», пылесосы, тостеры и многое другое.

Германия, например, в области высоких технологий вначале ориентировалась на опыт США и технологически крупные программы; был также использован опыт развития инкубаторов США, научных парков Великобритании, Франции и Японии. Однако с начала 1980-х гг. был сделан акцент на создание сети региональных инновационных фондов с постепенным перенесением центра тяжести инновационной деятельности на малые и средние предприятия. Причем подобные инновационные фонды создавались исполнительной и законодательной властью совместно с заинтересованными частными структурами.

Япония, а также новые индустриальные страны Юго-Восточной Азии в области инновационной деятельности сконцентрировали свои ресурсы на скупке перспективных высокотехнологических нововведений на последней дорыночной стадии. В этом случае оставалось лишь организовать конечную доработку нововведения и запуск его в производство.

Индия, обладающая гораздо меньшим интеллектуальным потенциалом, чем Россия, за счет проданного за рубеж программного обеспечения дает, начиная с 1998 г., более 1 млрд долл. экспортных поступлений. Что касается нашей страны, то российские программисты откровенно заявляют, что их стремительному выходу на мировой рынок препятствует элементарная неорганизованность и разобщенность.

Основной акцент при реализации инновационной политики в упомянутых странах делается на малые и средние инновационные предприятия. В Японии их число составляет 99% общего числа предприятий, а их доля в ВВП страны достигает 52%, или 3 трлн долл.; в Германии таких предприятий около 4000.

В США до 1980 г. на исследования и разработки правительство ежегодно тратило 30 млрд долл., но результаты этих усилий почти никогда не доходили до рынка (лишь 5% всех полученных патентов когда-либо лицензировались). С начала 1980-х гг. произошло смещение акцентов и были приняты меры, поощряющие научные исследования и разработки в частном секторе, через поддержку малого инновационного предпринимательства с ежегодным выделением на эти цели 5,4 млрд долл.

В итоге в США появилась и действует весьма эффективная программа — «Инновационная деятельность малых предприятий», с помощью которой за 20 лет государством на каждый вложенный доллар было возвращено 8. Причем финансовые средства даются именно малым предприятиям, с тем чтобы они искали новейшие разработки в университетах. Так развиваются и производство, и научные лаборатории. Роль государства в данном случае сводится к тому, что оно намеренно создает условия взаимодействия науки и производства и тем самым стимулирует не только новые технологии, но и внедрение результатов НИОКР в производство.

В России в отличие от большинства стран мира преимущество отдается бюджетному финансированию научных исследований и разработок как на федеральном, так и региональном уровнях. Тормозом является то обстоятельство, что еще с советских времен считалось главным получить результат, показать его и опубликовать. До создания законченного научно-технического продукта, который можно не только показать, но и продать, дело не доходило.

Развитие отечественной науки и новых технологий в ближайшем будущем должно несомненно играть определяющую роль в социально-экономическом развитии нашей страны. Но это не может происходить само по себе. Основной вклад должны сделать те субъекты Федерации, где развитие науки и создание новых технологий подкреплены уже созданной научно-технической базой. К таким субъектам можно отнести Москву, располагающую 60% всего научного потенциала России, а также Санкт-Петербург, Новосибирск, Томск, Иркутск, Владивосток и некоторые другие регионы.

Недостаточное внимание властей к проблемам науки приводит к хроническому недостатку финансирования, росту социальной напряженности среди творческой научно-технической интеллигенции. Около 90% представителей науки и профессорско-преподавательского состава вместо того, чтобы вплотную и более качественно выполнять свои профессиональные обязанности, ищут дополнительный заработок на стороне или покидают страну, выезжая туда, где их труд востребован и достойно оплачен. Россия же, по данным комис-

сии по образованию Совета Европы, от этого ежегодно теряет около 50 млрд долл. Покинувшие Россию ученые уже запатентовали за рубежом массу перспективных лекарственных препаратов, что, как полагают, лет на 25 будет определять многие направления фармацевтического рынка; до 30% программных продуктов в отделениях мегакорпорации «Майкрософт» производится русскоязычными специалистами.

Особое значение в России приобретает создание атмосферы, стимулирующей поиск и освоение новых технологий. Предстоящее вступление России в ВТО поставит перед нашей страной дилемму: либо открыть российский рынок для товаров других стран ВТО, свернуть отечественное производство и стать действительно рынком сбыта любой продукции других зарубежных стран — членов ВТО, либо уже сейчас сделать акцент на внедрение новых технологий и выпуск наукоемких конкурентоспособных на мировом рынке товаров.

Именно от того, как наукоемкие субъекты Федерации будут формировать и реализовывать свою региональную политику в области инновационной деятельности, использовать свой научный и производственный потенциал, во многом будет определяться, по какому пути пойдет развитие экономического потенциала всей России.

Как показывает опыт зарубежных стран, финансируются только те разработки, где существуют тандем «исследовательское учреждение — малое инновационное предприятие» и реальная перспектива создания наукоемкого продукта и продажи его на рынке. Подобный метод можно было бы применить и у нас, тем более что ростки такой тенденции, приносящие положительные результаты в области коммерциализации новых технологий, уже есть. Малый инновационный бизнес в наших условиях является именно тем инструментом, который может осуществить качественный прорыв в вопросе внедрения новых технологий.

Если мы хотим достичь подобного положительного результата в сфере получения наукоемкого продукта, то, видимо, следует взять на вооружение такой же метод решения проблемы, постепенно снижая долю бюджетного финансирования, оставляя ее лишь для проведения фундаментальных исследований.

По оценкам отечественных специалистов Россия, используя зарубежный опыт, вполне могла бы побороться за 17 макротехнологий из тех 50–55, которые определяют потенциал развитых стран.

Хочет этого Россия или нет, но она вынуждена принять инновационный вызов. Сегодня вопрос стоит так: либо сокращение экономического, промышленно-производственного потенциала страны будет компенсировано на передовом научно-техническом, технологическом

уровне, для чего потребуется резкое увеличение инновационной активности, либо страна будет отброшена назад не только по объему выпускаемой продукции, но и по ее технологическим возможностям, отстанет навсегда во всех видах своего развития от высокоразвитых стран.

**Никитин Ю. А.**

*д. э. н., доцент*

*Государственная полярная академия*

**Никитина Ю. Ю.**

## **ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

Информационное обеспечение это создание информационных условий функционирования системы, обеспечение необходимой информацией, включение в систему средств поиска, получения, хранения, накопления, передачи, обработки информации, организация банков данных. Создание информационного обеспечения — непрерывное условие построения и функционирования автоматизированных систем управления [1].

Процесс инновационного развития имеет две главные составляющие — реализацию инновационных проектов и развитие инновационного потенциала.

Конкретность подхода требует точности понятийного аппарата, определяющего сущность и механизмы инновационного развития. Начнем с базовой дефиниции «инновация». Мы придерживаемся состоявшегося в профессиональном общении понимания инновации, или нововведения, как реализованного новшества независимо от сферы применения.

Само же новшество, т. е. научная, научно-техническая разработка, изобретение, становится инновацией, как правило, в виде товара, услуги, метода. Следовательно, инновационному циклу предшествуют научно-исследовательские, опытно-конструкторские или проектные работы. Их результаты в основном и создают тот задел, на базе которого начинается инновационная деятельность как в конкретной экономике, так и в других областях.

Важно отметить, что по аналогии с понятием «организация» инновация обозначает также и сам процесс реализации новшества. В широком же смысле инновация — синоним успешного развития социальной, экономической, образовательной, управленческой и других сфер на базе разнообразных нововведений.

Создание научно-технического и инновационного продуктов в известной степени взаимосвязанные, но, по существу, самостоятельные циклы общественного производства. К ним предъявляются и разные требования (например, как к циклам проектирования, строительства и эксплуатации, будь то самолет, гостиница или электростанция). Разумеется, иногда совмещение возможно или даже необходимо, но это лишь исключение, как исключением является наличие у одного человека качеств ученого, изобретателя и предпринимателя одновременно.

Итак, под инновационным развитием мы понимаем прежде всего цепь реализованных новшеств. Оно более успешно, когда охватывает не одну узкую область (например, производство деталей), а включает в себя также сферы, влияющие на общий результат (управление, маркетинг, обучение персонала, финансы, продажу и т. д.). Следовательно, инновационное развитие должно носить комплексный характер [2].

Малое предпринимательство сегодня относится к числу важнейших направлений экономического развития. Его состояние и динамика развития не только являются показателями здоровья экономики, малый бизнес выполняет и важнейшие социальные функции:

- оптимизация и стабилизация социальной структуры;
- обеспечение социальной динамики и инноватики;
- предупреждения и снижения социальной напряженности, высвобождения конструктивного личного ресурса.

Вместе с тем, малый бизнес, являясь по природе своей наиболее мобильной частью экономической жизни общества, требует специальных усилий по оптимизации его развития, в том числе, по улучшению инновационного климата, формированию заказа для подготовки кадров для малого бизнеса, информационной и консультационной поддержки.

Как отметил Президент РФ в своем послании Федеральному Собранию «Нужно создать постоянно действующий механизм для поддержки малого предпринимательства, привлекать к работе в России предпринимателей, имеющих опыт коммерциализации подготовленных разработок». Петербург был и остается лидером среди регионов России по развитию малого бизнеса.

По итогам 2009 и 2010 гг. Санкт-Петербург занимает лидирующие позиции по ряду ключевых показателей: объему оборота малых предприятий на душу населения, доле занятых на малых предприятиях в общей среднесписочной численности занятых. В новых условиях сегмент малых предприятий должен заработать в полную силу и стать неким подобием локомотива, способного поднять уровень



российской экономики в целом на качественно новый уровень. Этому и уделяет большое внимание Президент РФ, Правительство РФ и Правительство Санкт-Петербурга.

Все мы понимаем, что малый бизнес является одним из формирующих элементов экономики любой страны. В сложившейся ситуации изменение психологии и мотивации частного бизнеса становится первоочередной задачей. В период экономического кризиса существенное значение приобрело взаимовыгодное сотрудничество, поддержка друг друга, укрепление партнерских отношений.

Анализ обращений в Совет по малому предпринимательству за 2010 г. показывает, что абсолютное большинство поступивших в Совет обращений (143 из 150 или 95%), связаны с потребностью субъектов малого бизнеса в информационной поддержке о программах, реализуемых на территории Санкт-Петербурга. Таким образом, информирование субъектов малого бизнеса Невского района о реализуемых в Санкт-Петербурге программах поддержки и развития малого бизнеса является одним из главных задач в работе Совета.

В 2010 г. продолжена реализация Плана мероприятий по развитию и поддержке малого предпринимательства в Санкт-Петербурге на 2008–2011 гг., утвержденного постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 13.11.2007 г. № 1423.

Государственная поддержка малого предпринимательства в Санкт-Петербурге осуществляется сегодня 18 действующими программами и около 50 мероприятий, направленных на поддержку субъектов малого бизнеса. На их реализацию из бюджета Санкт-Петербурга выделено более 620 млн руб., еще 278 млн было привлечено из федерального бюджета. Говоря о конкретных мерах поддержки, стоит отметить стартовавшую в начале года программу микрофинансирования. В ее рамках СМП под льготную ставку предоставляются займы сроком до года и максимальным размером до 600 тыс. руб. Также продолжена реализация специальных программ, направленных на прямое субсидирование затрат СМП, осуществляющих свою деятельность преимущественно в производственной сфере. На сегодняшний день по этим программам заключено 820 договоров на общую сумму порядка 300 млн руб. Осуществляется работа фонда содействия кредитованию малого бизнеса. За время его существования (с 2007 г.) было заключено 678 договоров поручительства с банками, что позволило привлечь предпринимателям почти 5 млрд руб. кредитных средств. Стоит отметить, что 50% поручительств выдано производственным предприятиям.

В рамках Плана мероприятий по государственной поддержке малого предпринимательства реализуется специальная программа «Ре-

гиональный университет малого бизнеса». В рамках данной программы субъекты малого предпринимательства могут бесплатно пройти обучение курсу «Основы ведения бизнеса», а также принять участие в проведении бесплатных семинаров и стажировок по различным аспектам ведения предпринимательской деятельности. В этом году ведущие общественные объединения и кластеры могли подать заявки и целевым образом обучить представителей малого и среднего бизнеса тем программам, которые для них необходимы.

В ближайшее время стартует программа субсидирования затрат экспортно-ориентированных субъектов малого предпринимательства. Объем финансирования по этой программе превысит 250 млн руб. Причем, затраты из городского бюджета составят 12,7 млн руб., остальные средства будут выделены из федерального бюджета [3].

В рамках работы по обеспечению информационной гласности и открытости для субъектов предпринимательства в местной печати, на официальном сайте в сети «Интернет» администрацией, совместно с Общественным Советом освещаются вопросы, связанные с деятельностью субъектов предпринимательства, а также информация о мерах поддержки малого бизнеса, которые реализуются сегодня в Санкт-Петербурге.

#### **Литература**

1. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2007.
2. Проблемы теории и практики управления. 2001. № 5.
3. [www.gov.spb.ru/gov/admin/terr/nevsky/itogi/m](http://www.gov.spb.ru/gov/admin/terr/nevsky/itogi/m).

**Акулич Р. А.**

*ст. преподаватель*

*Санкт-Петербургский университет управления и экономики*

### **ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ И ЗНАЧЕНИЕ ВНУТРИФИРМЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ**

Внутрифирменный финансовый контроль, с одной стороны, является одной из завершающих стадий управления финансами предприятий, при этом, с другой стороны, он выступает необходимым условием управления ими.

Для того чтобы определить роль и место внутрифирменного финансового контроля в системе управления финансами предприятия, необходимо сформулировать сущность данной категории. По нашему

мнению, финансовый контроль представляет собой совокупность действий, возникающих в процессе управления объектом, реализующихся посредством специфических приемов и методов, и направленных на оценку результатов в соответствии с установленными критериями и целями.

Современные экономисты выделяют следующие принципы внутрифирменного финансового контроля:

- принцип разделения обязанностей, состоящий в том, что ответственность между персоналом распределяется таким образом, чтобы ни один служащий не нес ответственности за операцию в целом. То есть лицо, разрешающее операцию, не несет ответственности за участвующие в ней активы, а также за регистрацию данной операции;

- принцип разрешения и одобрения, который заключается в том, что все операции должны быть одобрены главным финансовым менеджером (директором) фирмы в пределах имеющихся у него полномочий;

- физический контроль, заключающийся в праве доступа проверяющего к активам и документам фирмы;

- принцип свидетельства, основанный на том, что основной частью системы контроля является свидетельство выполнения работы, заверенное подписью контролера.

Объектом внутрифирменного финансового контроля являются финансовые показатели бюджетов предприятия. Для осуществления контроля за исполнением бюджетов Методическими рекомендациями по реформе предприятий (организаций) предлагается использовать двухуровневую систему. Нижний уровень — контроль за исполнением бюджетов структурных подразделений предприятия, который осуществляют руководители соответствующих подразделений. Верхний уровень — контроль за исполнением бюджетов всех структурных подразделений, проводимый финансово — экономической службой предприятия.

Ключевыми элементами системы внутрифирменного финансового контроля являются:

- объекты контроля — бюджеты структурных подразделений;
- предметы контроля — отдельные показатели бюджетов (соблюдение лимитов фонда оплаты труда, расход сырья и материалов, энергии и т. д.);

- субъекты контроля — структурные подразделения и экономические службы предприятия;

- метод контроля бюджетов — осуществление процедур, необходимых для определения отклонения фактических показателей бюд-

жетов от плановых в абсолютных суммах и в относительном выражении (в процентах).

По мере реализации заложенных в бюджете планов необходимо регистрировать фактические результаты деятельности фирмы. Сравнивая фактические результаты с запланированными, можно осуществлять так называемый бюджетный контроль. В этом смысле основное внимание уделяется показателям, отклоняющимся от плановых, и анализируются причины этих отклонений. Бюджетный контроль позволяет, например, выяснить, в каких сферах деятельности предприятия намеченные планы выполняются неудовлетворительно. Принимая решения по исправлению ситуации, необходимо учитывать, что отклонение могло быть вызвано не только неудовлетворительной работой какого-либо подразделения предприятия, но также в результате использования нереалистичных исходных предположений при составлении бюджета. В обоих случаях руководство заинтересовано в получении информации об этом с тем, чтобы предпринять необходимые действия, т. е. изменить способ выполнения планов или проверить положения, на которых основывается бюджет.

Контроль над выполнением доходной части сводного бюджета предприятия призван обеспечить бесперебойность финансирования операционной (текущей) и инвестиционной деятельности предприятия. Не менее важен контроль над соблюдением расходной части консолидированного бюджета, поскольку от решения данной проблемы зависит эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Эффективность внутрифирменного финансового контроля достигается посредством внедрения порядка проведения управленческих процедур, направленных на обеспечение:

- оперативного анализа отклонений фактических показателей функциональных и сводного бюджетов от плановых значений (за месяц, квартал);
- разработку мероприятий по устранению непроизводительных расходов потерь, а также факторов удорожания производственных ресурсов, выявленных в процессе анализа;
- предоставление руководству предприятия аналитических материалов по исполнению сводного и функционального бюджетов в целях их своевременной корректировки.

Важным элементом внутрифирменного контроля является финансовый анализ бухгалтерской отчетности предприятия, который включает:

- горизонтальный (трендовый) анализ;
- вертикальный (структурный) анализ;

- анализ финансовых коэффициентов (R-анализ);
- интегральный финансовый анализ.

Значение финансового планирования и контроля в системе управления финансами предприятий заключается в следующем:

Намеченные стратегические цели предприятия интерпретируются в виде финансово — экономических показателей (объем продаж, себестоимость продукции, прибыль, инвестиции, денежные потоки и др.).

Регламентируется процедура представления финансовой информации (в форме финансовых планов, и отчетов об их исполнении).

Определяются оптимальные объемы финансовых ресурсов, необходимых для реализации долгосрочных и оперативных планов предприятия.

Оперативные финансовые планы служат основой для разработки и корректировки финансовой стратегии предприятия.

**Амельченко Е. Н.**

*к. э. н., доцент*

*Санкт-Петербургский университет управления и экономики*

## **РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА**

Инновационные процессы предпринимательства и формирование инновационного потенциала малого предпринимательства особенно в высокотехнологичной сфере в условиях рынка по своим условиям представляет ту сферу деятельности, в которой взаимосвязь знания из различных областей науки и техники уникальна. Именно создание инновационных экономических механизмов, нацеленных на освоение новшеств, смогут решить стратегические задачи увеличения валового внутреннего продукта (ВВП), а определенность и стабильность в создании эффективной и социально ориентированной экономики может стать ведущим фактор экономического роста и национальной конкурентоспособности страны.

Согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г., превращение инноваций в ведущий фактор развития малого и среднего предпринимательства, стабильность в создании социально- ориентированной экономики страны именно и состоит в подходе системного решения поставленных задач:

1. Переход российской экономики от экспортно-сырьевой к развитию инновационной на социально ориентированный тип.

2. Формирование инновационности российской экономики в ведущий фактор экономического роста.

Объективная предпосылка инновационного развития малого предпринимательства как социально-ориентированный тип экономического развития экономики РФ имеет ряд количественных и качественных характеристик:

– необходимость модернизации традиционных секторов российской экономики, а это нефтегазовой, сырьевой, аграрный сектор, увеличение объема продукции этих отраслей, которые должны быть ведущими секторами производства валового внутреннего продукта (ВВП).

– развитие и формирование инноваций как ведущий фактор экономического роста во всех секторах российской экономики, т. е. повышение эффективности производительности в секторах, которые определяют экономическую конкурентоспособность, в 4–6 раз и уменьшение энергоемкости в 1,7–1,9 раза. Увеличение до 50–60% доли промышленных предприятий (организаций), осуществляющих технологические инновации, а доля инновационной продукции в объеме выпуска должна возрасти до 25–35%.

А значит и дальнейшее развитие малого предпринимательства на основе инновационного подхода позволит не только комплексно решать задачи эффективности его развития в условиях глобальной конкуренции рыночной экономики, но и достичь того уровня показателей эффективности, которые определяют ее специализацию в мировой системе хозяйствования, позволяя максимально реализовать конкурентные преимущества.

Тот уровень современного инновационного малого предпринимательства в экономике России, который сложился в настоящее время, свидетельствует о наличии проблем в его функционировании, которые возникли из-за необходимости восстановления научно-технического потенциала, еще не до конца сформировавшейся материально-технической научно-технической базы, т. е. все то, что требует значительного времени.

Проблемы формирование инновационного потенциала малого предпринимательства в условиях рынка, а также роль инновационных предприятий малого бизнеса в условиях рыночной экономики и организация в управление малыми и средними предприятиями исследовались в экономической и научной литературе на протяжении долгого времени.

Основные базовые теоретические основы развития малого предпринимательства на основе инновационного подхода были разработаны еще Й. Шумпетером, в исследованиях которого объективная

предпосылка инновационного развития малого предпринимательства, рассматривается как системный фактор экономического роста и развития предпринимательства, в тоже время являясь неотъемлемой частью общественно-воспроизводственного процесса, в котором проводником инноваций в социально-экономическую среду является предприниматель, как наиболее эффективная форма инициативности деятельности.

Экономическая природа новаций и механизм их применения в процессе производства исследованы в трудах А. Смита, Г. Саймона, Д. Рикардо, М. Фридмана, Дж. М. Кейнса, Дж. Ст. Милля, А. Маршалла, Ф. Хайека.

В отечественной и мировой экономической науке работы Б. Ансоффа, В. Афанасьева, В. Бочарова, С. В. Валдайцева, О. Виханского, Л. П. Гончаренко, П. Друкера, М. Г. Лапусты, М. Портера и др., были посвящены проблемам перехода к инновационной экономике и роли малого предпринимательства, а также механизмам саморазвития малого предпринимательства в обеспечении экономического развития.

Однако вопросы переоценки инновационной роли малого предпринимательства в управление рыночным поведением; анализ инновационного развития малого предпринимательства как фактора, обеспечивающего экономического рост; перспективы саморазвития инновационного малого предпринимательства, недостаток внимания к выявлению ключевых факторов, обуславливающих развитие сектора инновационного предпринимательства требует дальнейшего изучения.

**Бабенко Е. И.**

*к. э. н., доцент,*

**Кудрявцева Е. П.**

*преподаватель,*

*Национальный исследовательский университет*

*«Высшая школа экономики», г. Пермь*

## **ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ОСНОВЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Активизация инновационной деятельности организаций в условиях развития рыночной экономики России, резкого усиления конкурентной борьбы на рынке производства товаров и/или оказания услуг на современном этапе является объективной закономерностью



и единственной гарантией достижения конкурентоспособности компании и ее устойчивого экономического развития.

Функционирование различных организаций в современных условиях, все более наполняющихся рыночными отношениями, предполагает осуществление инноваций в непосредственной связи с развитием их предпринимательской деятельности, необходимой, прежде всего, для обеспечения их выживания в рыночной среде. Таким образом, особое место в деятельности организации занимает предпринимательство, связанное с использованием факторов создания товаров и/или оказания услуг в целях удовлетворения требований, предъявляемых к ним различными группами потребителей, а также получения дохода, необходимого для дальнейшего развития. Наиболее полное удовлетворение требований всех групп потребителей возможно при систематическом проведении стратегического анализа деятельности организации на конкретном рынке, а также использовании полученных результатов в процессе проектного управления.

Применение лишь традиционной системы управления, основанной на контроле за повторяющимися операциями и неизменными бизнес-процессами, становится недостаточным для управления компанией, ориентированной на повышение или сохранение своей конкурентоспособности.

Проектное управление в организации приносит ей максимальные выгоды, т. к. оно основывается на достоверной информации не только о внутренних элементах самого проекта, но и о факторах его внешней среды. Для получения актуальной и достоверной информации в управлении проектами используются методы стратегического анализа, совокупность которых позволяет своевременно реагировать на изменения, происходящие во внешней среде проекта, а также адаптировать внутренние факторы проекта, чтобы повысить вероятность достижения его целей.

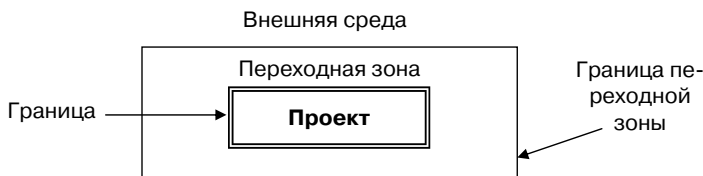


Рис. 1. Проект и его окружение

По мнению Р. Тернера, проект — это временная организация, наделенная ресурсами для выполнения уникального набора работ в

определенные сроки в рамках установленного бюджета, и создающаяся для достижения качественно и количественно определенных целей [4, с. 2]. Проект возникает, существует и развивается в определенном окружении, т. е. среде проекта, порождающей совокупность внутренних и внешних сил (рис. 1), которые либо способствуют, либо препятствуют достижению цели проекта [2, с. 47].

Проект является связующим звеном, направленным на внедрение стратегических инициатив, а также на установление соответствия между компонентами организации и ее внешней средой для достижения целей устойчивого развития (рис. 2).

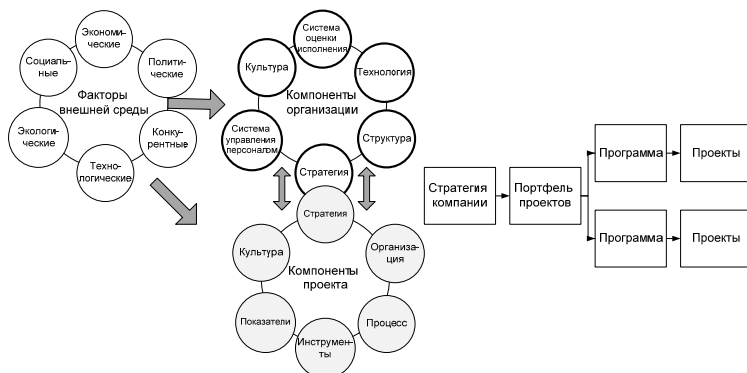


Рис. 2. Роль и место проекта в деятельности организации

Организация в своей деятельности может использовать программы, как средства группировки проектов, позволяющие управлять ими в одном стиле, что помогает оптимизировать распределение ресурсов. Программы и проекты, направленные на достижение стратегических целей компании, могут быть объединены в портфель проектов [3].

Стратегический анализ — это систематический процесс получения знаний о внутренних и внешних условиях, способных повлиять на выбор и осуществление стратегии. В рамках проведения стратегического анализа организация четко определяет стратегическую область бизнеса (СОБ). СОБ — это любая организационная единица, имеющая свою стратегию бизнеса и менеджера, отвечающего за обеспечение продаж и получение прибыли [1, с. 8]. В рамках осуществления проектного управления стратегической областью бизнеса будет являться любой проект, инициируемый в организации.

Совокупность методов применяемых в рамках проведения стратегического анализа деятельности организации отличается от набора

методов в стратегическом анализе проектов. Масштаб проведения стратегического анализа проекта определяют такие его характеристики как размер, важность для реализации стратегии компании, общий бюджет, срок реализации и др. Данные факторы определяют оптимальный набор методов стратегического анализа и степень тщательность его проведения.

В целом можно заключить, что на сегодняшний день, практически, любая организация осуществляет предпринимательскую деятельность. Однако небольшое количество компаний использует инновационный подход к ее выстраиванию. В данном случае проектное управление на основе стратегического анализа рассматривается как инновационный подход к деятельности организации. Данный подход обеспечивает устойчивую конкурентоспособность компании, формируемую в условиях ограниченных ресурсов, направленных на достижение результатов, удовлетворяющих требованиям всех групп потребителей.

#### **Литература**

1. *Аакер Д.* Стратегическое рыночное управление. СПб.: Питер, 2007.
2. *Романова М. В.* Управление проектами: учеб. пособие. М.: Инфра-М, 2006.
3. *Anderson T.* Linking business strategy to project strategy. [Электронный ресурс]. URL: <http://pmstudent.com/linking-business-strategy-to-project-strategy/>.
4. *Turner R.* The handbook of Project-based management: leading strategic change in organization. McGraw-Hill, 2009.

**Баюкова Н. П.**

*к. э. н., доцент, зав. кафедрой  
Мурманский институт экономики СПбУУЭ*

### **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРИ РАЗРАБОТКЕ РЕШЕНИЙ**

Решение — это продукт управленческого труда. Решение имеет комплексный характер, как и в целом, наука управления, что проявляется в необходимости учета влияния различных факторов: психологических, этических, нравственных, правовых, социальных, экономических математических, технических, организационных, информационных и других при их принятии.

Факторы взаимосвязаны между собой и проявляются одновременно, что делает выбор решений — определенного способа действий

для устранения проблем — весьма сложной и ответственной процедурой. Способностью одинаково успешно учитывать влияние различных факторов обладают далеко не все руководители. Именно поэтому эффективность управления, по оценкам специалистов, на 80% определяется способностями руководителей.

Под управленческим решением понимается творческий акт субъекта управления — индивидуального или группового лица — по разработке программы действий коллектива для эффективного решения проблем на основе знаний законов, принципов управления и анализа информации о состоянии объекта.

Качество управленческих решений определяется во многом ситуационным и поведенческими условиями внешней и внутренней среды организации.

Наряду с традиционными требованиями, которым должны отвечать управленческие решения (обоснованность, своевременность, непротиворечивость, правомочность, конкретность, простота и ясность, экономическая и социальная целесообразность, эффективность) компьютеризация сферы управления предполагает соблюдение и иных требований, обусловленных использованием системы поддержки принятия управленческих решений в рамках современных информационных технологий.

Углубленный интеллектуальный «портрет» руководителя отражает структура потенциального психологического источника управленческих решений. Она включает ряд элементов: управленческие потребности, способности человека (диагностические, творческие, организаторские), а также его индивидуальную управленческую концепцию (сверхзадачу, проблемное наполнение, управленческие замыслы).

Управленческие потребности их наличие является неременным условием назначения кандидата на руководящую должность.

Диагностические способности необходимы менеджеру для четко представления о настоящем и возможном будущем.

Творческие способности — важны для выработки решений адекватных существующим проблемам предприятия.

Организаторские способности необходимы для разработки и обеспечения практической реализации решений.

Руководителям целесообразно своевременно выявлять и анализировать наличие психологического потенциала, тех или иных качеств мышления у подчиненных, оценивать их для формирования соответствующей кадровой политики и проведения текущей кадровой работы.

Индивидуальная управленческая концепция руководителя объясняет факт выбора руководителями в одинаковых объективно сло-

жившихся условиях разных целей. Управленческую концепцию руководителя отражают такие категории как сверхзадача, проблемное наполнение, управленческие замыслы.

Сверхзадача характеризует личностный смысл деятельности менеджера на определенном отрезке времени, все его действия и поступки, возможно не всегда логически связанные между собой и понятные окружающим.

Проблемное наполнение представляет собой совокупность приоритетных и периферийных задач, решаемых руководителем в конкретное время.

Управленческие замыслы отражают предпочтительные и привычные способы решения проблем руководителем, которые должны пересматриваться при смене хозяйственной ситуации.

Основа современного бизнеса не капитальные активы, а интеллектуальные способности работников, которые проявляются в учреждении событий и позволяют формировать будущее компаний. При этом используется интеллектуальная техника, к которой относятся графики, диаграммы, матрицы и другие инструменты и методы умственного труда.

Интеллектуальный потенциал (капитал), является стратегическим активом любой компании. Психологический аспект является важнейшим для принятия эффективных управленческих решений, обеспечивающих стабильное функционирование предприятия на рынке.

Основу интеллектуального капитала составляют: знания служащих компании (о возможностях производства продукции или оказания услуг; о поставщиках, потребителях и конкурентах; внутрифирменные ноу-хау, патенты и лицензии).

Принимаемые управленческие решения своего рода экран нравственно-этического поведения работников аппарата управления.

Бюрократизм характеризует осуществление властных полномочий через определенную административную структуру, без которой невозможно обойтись на любом уровне.

Формы бюрократизма весьма разнообразны и проявляются именно через механизм принятия управленческих решений:

- формализм — преобладание формы над содержанием (например, представление вовремя, внешне respectable отчета о решении проблем в ущерб его рассмотрению по существу и качественно);

- закостенелость организационных структур (их неадекватность изменившимся условиям деятельности, игнорируя необходимость их совершенствования);

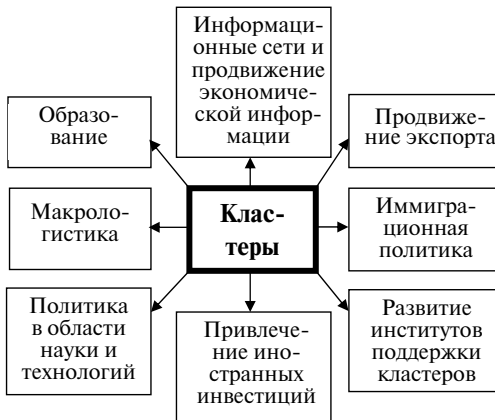
- ограничение самостоятельности, мелочная опека подведомственных организаций и предприятий при принятии решений;
  - злоупотребление служебным положением, использование его для решения личных проблем;
  - превращение управления в самоцель, а не средство решения проблем;
  - отсутствие демократии, гласности при принятии управленческих решений;
  - уход от ответственности за принятие управленческих решений;
  - диктат и административный произвол, использование при принятии решений принципа «делай как я сказал»;
  - равнодушие к реальным потребностям людей, принятие решений без учета их социальных последствий;
  - бумажная волокита (необходимость сбора множества справок, виз для решения конкретного вопроса. Иногда число таких подписей достигает более 100);
  - многоступенчатость в принятии управленческих решений;
  - игнорирование инновационных решений, приверженность рутине (нежелание перемен, сдерживание инициативы, творческого подхода при исполнении обязанностей);
  - коррупция.
- Средства борьбы с бюрократизмом включают ряд мер:
- демократизацию управления т. е. привлечение возможно большего количества работников к процессу принятия управленческих решений, расширение практики принятия групповых решений;
  - повышение уровня общей культуры руководителей и культуры управления;
  - использование экономических, социальных и психологических методов управления в качестве приоритетных и разумное сокращение сферы применения административного ресурса в управлении;
  - социальный контроль за деятельностью руководителей, их сменяемость; соблюдение служебной этики;
  - использование механизма управления адекватного социально-ориентированной рыночной экономике в лучшем ее проявлении;
  - усиление социальной ответственности руководителей за последствия принимаемых решений.

**Бекаров Г. А.**  
*к. э. н., доцент,*  
**Шхагапсоев А. Э.**  
*ассистент,*

*Кабардино-Балкарская государственная  
сельскохозяйственная академия им. В. М. Кокова*

## **ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА И КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД**

Кластерный подход становится основой экономической политики многих стран. Для этого на уровне стран и регионов создаются специальные департаменты (советы, агентства) по делам кластеров, которые проводят главным образом информационно-аналитическую работу, а также координируют образовательные программы всех уровней с потребностями соответствующих кластеров.



*Рис. 1.* Влияние кластеров на общую экономическую политику [1]

В свою очередь, кластерная структуризация экономики оказывает существенное влияние на общую экономическую политику государства. Прежде всего, это связано с поддержкой науки, рискованных инноваций, экспортной деятельностью, созданием необходимой инфраструктуры и образованием (рис. 1). Политика, опирающаяся на развитие кластеров, ведет к повышению конкурентоспособности государства. Географические границы кластера отражают экономические реалии и не обязательно совпадают с административными и политическими границами. В то же время его формальные географические границы способ-

ствуют межличностным контактам и тесному взаимодействию агентов внутреннего рынка, стимулируют накопление социального капитала, критическая масса которого составляет фундамент инновационного развития [2].

Для определения сильных и слабых сторон того или иного региона на первоначальном этапе проводится анализ региональных кластеров по четырем направлениям:

Выясняется количество работников и учреждений, участвующих в данном секторе предполагаемого кластера.

Выявляется удельный вес локальных секторов в кластере и их удельный вес в регионе, стране.

Определяется соотношение затрат и доходов по всей цепочке технологического процесса от поставки сырья и материалов до реализации продукции.

Определить темпы роста кластера [3].

Кластер как объект выделения в анализе динамики экономического развития региона — комбинация так называемого «пакетного подхода» к решению задач, связанных с организацией кооперационного взаимодействия малых, средних и крупных предприятий (во взаимосвязи таких форм, как передача или аренда помещений; льготное кредитование переоборудования и дополнительного оборудования производства; поставки оборудования по лизингу/франчайзингу, поддержка инновационной деятельности и технологического трансферта; обучение, консультационное сопровождение и т. п.) с получающими специальную поддержку приоритетами, обозначенными в рамках национальной промышленной политики:

а) территориальной локализации;

б) нацеленности на решение узких производственно-технологических задач, ориентированных на выпуск конечной продукции на уровне, обеспечивающем ее высокую конкурентоспособность на внутренних и внешних рынках.

При выделении опорных кластеров следует иметь в виду существующие внутри них вертикальные (поставщик/потребитель) и горизонтальные кооперационные и иные хозяйственные связи (общая база потребления производственных и иных ресурсов, единые или, как минимум, полностью совместимые технологии и пр.) на региональном уровне. Также на первом этапе надо выделять и оценивать важнейшие «ноу-хау» и способные к эффективной интеграции различных предпринимательств технологии из других стран.

Поскольку конкурентоспособность современных экономик связана с наличием тесных связей между их секторами, целесообразно системное формирование кластеров вокруг ключевых отраслей. Они



должны включать в себя сферу услуг (современные дистрибьюторские и банковские системы), позволяющую приблизить продукцию и технологии к конечному потребителю. Поэтому при выделении опорных кластеров необходимо рассматривать ключевые отрасли региона. Впрочем, как ни важны мотивации к сотрудничеству и объединению в кластеры, а в дальнейшем становясь опорным кластером региона, для многих фирм, особенно небольших, организация такого сотрудничества — далеко не простое дело.

Малые фирмы, как правило, процветают за счет индивидуализма и предприимчивости. Так что для них слишком тесное сотрудничество с конкурентами, поставщиками или клиентами может представлять реальную угрозу. Вот почему в таких предприятиях сотрудничество, несомненно, требует более высокого уровня стратегического мышления руководителей малых предприятий, чем обычно. Малым фирмам приходится решать, до какой степени они готовы идти на длительное тесное сотрудничество, какие знания придется им вносить со своей стороны, а какие они хотели бы придержать, — и все это требует высокого уровня внутренней организации. Таким образом, сотрудничество становится все более необходимым, но оно же несет с собой известную опасность — возможность утраты если не формальной самостоятельности, то способности к проведению самостоятельной линии поведения на рынке, к самостоятельному освоению новых продуктов (услуг), новых технологий и пр. Вот почему в целом ряде стран в последние десятилетия приобрели такое значение эффективные «кластерные стратегии», особенно с тех пор, как правительства стали уделять больше внимания сильным отраслям собственной страны и перестали копировать чужие достижения в сфере высоких технологий. Отправной точкой для реалистичной кластерной стратегии служат сильные стороны экономики. Такая стратегия строится на центрах деловой активности, уже доказавших свою силу и конкурентоспособность на мировом рынке. Но здесь имеются некоторые отличия от традиционных подходов, ориентированных на отдельные секторы.

### **Литература**

1. *Портер М.* Конкуренция. М., Вильямс, 2000.
2. *Филиппов П.* Кластеры конкурентоспособности // Эксперт Северо-Запад. 2003. № 43. С. 16–19.
3. *Воронов А.* Кластеры — новая форма самоорганизации промышленности в условиях конкуренции // Маркетинг. 2002. № 5. С. 37–43.

**Буздов З. З.**  
*к. э. н., доцент,*  
**Жемухов А. Х.**  
*к. э. н., доцент,*

*Кабардино-Балкарская государственная  
сельскохозяйственная академия им. В. М. Кокова*

## **МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТАХ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ**

Инновационный процесс российской экономики характеризуется противоречивыми тенденциями. С одной стороны, существует огромный потенциал фундаментальной и отраслевой науки, с другой стороны, незначительный уровень доведения результатов научных исследований до практически используемых инноваций. Российская инновационная продукция на международном рынке составляет всего 1%, в то время как инновационная продукция США — 39%.

Доля России на мировом рынке наукоемкой продукции колеблется на уровне 0,3–0,5%, в то время как доля США — 36, Японии — 30, Германии — 17%. Количество инновационно активных предприятий в российской промышленности в несколько раз ниже, чем в развитых странах, а результаты инновационного процесса характеризуются существенной неэффективностью. Так, доля высокотехнологичной продукции в экспорте не превышает 4–5%, в то время как в Китае этот показатель составляет 22,4, Южной Кореи — 38,4, Венгрии — 25,2%.

Для запуска механизмов разработки и внедрения инноваций необходима соответствующая концентрация интеллектуальных, материальных и финансовых ресурсов, их эффективная комбинация во времени и пространстве. Совокупность всех доступных для хозяйствующего субъекта экономических ресурсов (земля, труд, капитал, предпринимательские способности человека) определяет основу его потенциала.

Мировая практика предлагает широкий спектр экономических инструментов научно-технической, инновационной и промышленной политики, с помощью которых можно управлять инновационным процессом в экономических системах.

Следует различать два термина, связывающих инновации и управление: «инновационное управление» и «управление инновациями». Несмотря на их кажущуюся схожесть, они касаются двух разных аспектов управления. Первый термин необходимо отнести к об-

ласти собственно управления предприятием посредством новых подходов, применяемых руководством для решения задач, стоящих перед различными подразделениями, группами коллективов. Объектом управления в данном случае выступает предприятие и его составные части, т. е. менеджмент, преимущественно направленный на повышение эффективности функционирования и развития предприятия. Термин «управление инновациями» связан с «адаптацией» собственно инноваций (инновационных процессов, деятельности, изменений), подразумевает комплекс мероприятий по стимулированию инновационных идей и реализации их в рамках производственных, сервисных и других процессов на предприятии. Объектом управления выступают инновационные идеи, разработки, новые продукты, персонал и его потенциал и т. д.

При таком подходе система механизмов управления инновациями может быть представлена следующими функциональными группами: механизмами организации инновационной деятельности; разработки и внедрения инноваций; финансирования инновационной деятельности; мотивационные и стимулирующие инновационные механизмы; механизмы технологического трансфера; интеллектуальной собственности; механизмы планирования инновационных мероприятий и контроля; механизмы взаимодействия участников инновационного процесса.

В группу механизмов разработки и внедрения инноваций можно включить механизмы поиска инновационных решений, механизмы разработки и внедрения. Механизмы поиска направлены на генерацию новых идей, технических решений и т. д. Можно выделить три пути поиска идей: разработка новых идей (генерирование идей); критический пересмотр и модификация известных проблемных решений или определенных вариантов решений; поиск уже работающих общих или частных решений (использование известного научно-технического опыта и знания, приобретение лицензий). Все идеи и разработки могут различаться в зависимости от затрат времени и финансов для их реализации.

Для запуска механизмов разработки и внедрения инноваций необходима соответствующая концентрация интеллектуальных, материальных и финансовых ресурсов, их эффективная комбинация во времени и пространстве. Совокупность всех доступных для хозяйствующего субъекта экономических ресурсов (земля, труд, капитал, предпринимательские способности человека) определяет основу его потенциала. В подходах к определению инновационного потенциала можно выделить ряд общих моментов. В структуре инновационного капитала выделяют совокупности ресурсов, необходимых для эффек-

тивного осуществления инновационной деятельности. При определении инновационного потенциала предприятия оценивают не только возможности инновационной сферы, но и анализировать достаточность ресурсов для текущего производства, финансово-экономического обеспечения производства. Кроме ресурсной составляющей в современной экономической теории подчеркивают определяющее значение блока управления. Инновационный потенциал связывают с уровнем развития таких его функций как производство, маркетинг, исследования и разработки, материально-техническое снабжение, а также применяемыми стратегиями конкурентной борьбы. Инновационный потенциал рассматривают в единстве с инновационной инфраструктурой и инновационной культурой предприятия.

Основываясь на приведенных основных идеях, можно определить инновационный потенциал, как способность рассматриваемого объекта реального сектора обеспечить достаточную степень обновления факторов производства, их комбинаций в технологическом процессе выпускаемого продукта, организационно-управленческих структур и корпоративной культуры.

В системе механизмов стимулирования и мотивации следует выделить внутренние и внешние составляющие. Внешнее стимулирование предполагает создание условий, в которых осуществление инновационной деятельности будет выгодным (прибыльным). Основными рычагами внешнего (государственного) стимулирования могут быть: введение налоговых льгот; субсидирование части процентных ставок по кредитам на научные разработки и исследования; отнесение затрат на НИОКР на себестоимость; улучшение среды функционирования бизнеса; повышение эффективности общественных институтов и государственного аппарата; децентрализация государственной поддержки, формирование сети «институтов развития»; поддержка в области обучения персонала, содействие сертификации продукции; предоставление бизнесу научно-технической информации и результатов НИОКР; предоставление площадей на территории государственных вузов или НИИ на льготных условиях; поддержка не отдельных предприятий, а групп отраслевых ассоциаций; формирование инновационных кластеров, где возможно совместное обучение и эффективный обмен лучшим опытом между малыми, средними и крупными предприятиями.

Внутреннее стимулирование предполагает создание благоприятных условий внутри предприятия в целях развития инновационных способностей работников. Благоприятная для инноваций организация должна поддерживать творческие процессы и обеспечивать возможности для реализации позитивно оцененных идей вплоть до ус-

пешного внедрения. Элементами внутренней мотивации и стимулирования выступают: позиция и поведение руководителей, кадровая политика, организация информационных и коммуникационных процессов, финансовое стимулирование, развитие фирменной культуры, внутрифирменное развивающее обучение.

В качестве следующего элемента инновационного механизма управления можно назвать механизм технологического трансфера. Это передача технологий, разработанных в государственном и предпринимательском секторах. На производственных предприятиях (особенно средних и малых) сфера исследований как правило ограничивается разработками, а фундаментальные и прикладные исследования могут быть переданы посредством технологического трансфера. Внешними источниками знаний в данном случае могут выступать: обмен научно-технической информацией путем участия в конференциях, ярмарках; трансфер знаний благодаря принятию на работу сотрудников со специальной подготовкой, выпускников университетов; совместные исследования с другими предприятиями; приобретение патентов и лицензий для использования в специальном проекте; кооперация в разработках.

Наиболее значимые требования к механизму интеллектуальной собственности в рамках предприятия — это: низкокзатратность процессов патентирования; возможность свободной покупки лицензии для организации производства новых продуктов и технологий; обеспечение законодательной защиты прав собственности на интеллектуальный продукт.

К вышеупомянутым механизмам целесообразно добавить механизмы планирования и контроля внутрифирменной инновационной деятельности, а также механизм взаимодействия участников инновационного процесса.

**Захарова Л. В.**

*к. э. н., доцент*

*Мурманского института экономики СПбУУЭ*

## **ИННОВАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях успешность работы предприятий невозможна без инноваций. Инновации — это разработка и освоение новых или усовершенствованных продуктов, технологий и процессов. Рыночные условия развития экономики выдвигают требования не только количественных, но и качественных преобразований, ко-

которые можно осуществить, используя самую передовую технику, технологию, непрерывно развивая научно-исследовательскую базу в целях обеспечения высокого качества нововведений.

Различают технологические продукт-инновации, процесс-инновации.

Под технологическими инновациями подразумевается деятельность предприятия, связанная с разработкой и освоением новых технологических процессов.

Продукт-инновация включает разработку и внедрение новых или усовершенствованных продуктов.

Процесс-инновация предполагает разработку и освоение новых или значительное изменение существующего производственного процесса или их совокупность.

В области инновационной деятельности предприятия, организации ставят перед собой задачи выпуска нового продукта, освоение новых технологий, методов управления. Инновации являются результатом инновационной деятельности процесса осуществления инноваций, деятельности, направленной на коммерциализацию накопленных знаний, технологий.

Коммерциализация инновации является мощным фактором экономического роста страны, так как ее результатами становятся рост производительности труда, совершенствования производственных и управленческих технологий, сохранение трансформационных издержек, а также рациональное использование всех видов ресурсов.

Предприятие, которое первым совершает техническую перемену, называется инновационным. Предприятие, которое позже совершает аналогичное действие, является имитатором.

Развитие инновационной деятельности представляет собой неравномерный процесс. Всегда существуют точки роста, т. е. ведущие отрасли, подотрасли и предприятия, которые обеспечивают основной прирост в данной сфере. Уровень инновационной активности компаний в стране определяется, как соотношение числа предприятий, занимающихся разработкой и внедрением новых или усовершенствованных видов продукции, услуг, технологических процессов, к общему числу предприятий.

Мировая практика выработала две полярные модели экономического развития: сырьевую и инновационную.

В экономике, воплощающей сырьевую модель, в структуре ВВП доминируют первичный сектор и добывающая промышленность, внешнеэкономические связи характеризуются преимущественным экспортом сырья и товаров с низкой степенью обработки, импортом высокотехнологичной продукции, низкой развитостью сложных

форм международных экономических отношений, пассивностью в международном разделении труда, слабой технологической оснащенностью производства и низким уровнем жизни населения.

В рамках инновационной модели экономического развития структуре ВВП предполагается преобладание отраслей обрабатывающей промышленности, выпускающих высокотехнологическую продукцию, и сектора услуг, предоставление которых связано с высокими технологиями.

Международная производственная специализация страны имеет прогрессивный характер, предприятия активно участвуют в многообразных формах внешнеэкономических связей, интеллектуальный капитал играет ведущую роль, а в активах компаний высок удельный вес нематериальных активов. Такую модель реализуют развитые страны, а страны с переходной экономикой и наиболее успешные развивающиеся страны стремятся к экономическому развитию на инновационной основе.

Критическими факторами, влияющими на успешное инновационное развитие, считаются следующие:

1) высокие расходы на НИОКР (не менее 0,5% ВВП). Страны: Израиль, Швеция, Финляндия, Япония, Исландия, США, Швейцария, Дания, Южная Корея, Германия, Австрия, Сингапур и др.;

2) наличие инновационной инфраструктуры;

3) связь между исследовательскими центрами и бизнесом;

4) стимулирующая роль государства;

5) использование передовых информационных и телекоммуникационных технологий;

6) наличие высококвалифицированных ресурсов творческого типа.

В документах ОЭСР отмечается, что на степень участия страны в процессах интернационализации научно-технической сферы оказывают влияние:

1) размер страны;

2) технологическая оснащенность;

3) географическая близость к регионам;

4) промышленная специализация и т. д.

Исследования, проводимые за рубежом и иностранными филиалами, составляют в среднем более 16% всех расходов на промышленные НИОКР в зоне ОЭСР.

Около 10% европейских компаний, опрошенных в рамках исследования Innobarometer 2009, отметили, что они передают на аутсорсинг разработку инновационных решений, 13% компаний тестируют инновационные продукты за рубежом.

В табл. 1 отражена динамика изменения затрат на НИОКР концерна Siemens, работающего в области электротехники, электроники и энергетического оборудования и светотехники и специализирующегося на услугах в различных областях промышленности, транспорта и связи. В 2008 г. затраты на НИОКР выросли на 11,3% ли на 385 млн евро по сравнению с 2007 г.

Таблица 1

**Затраты концерна Siemens на НИОКР**

Показатель	2008, млн евро	Удельный вес, %	2007, млн евро	Удельный вес, %	Изменение, млн евро	
					Абсолютное	Относительное, %
Затраты на НИОКР	3784	4,89	3399	4,69	385	11,33
Доход	77 327	100	72 448	100	4879	6,73

К высокотехнологичной продукции относится продукция таких отраслей, как аэрокосмическая, фармацевтическая, а также радиотелевизионное и коммуникационное оборудование, компьютеры, точные, медицинские, оптические инструменты и приборы.

На некоторых сегментах мирового рынка конкуренцию составляют компании НИС Юго-Восточной Азии: Гонконга, Малайзии, Тайваня, Сингапура и Южной Кореи. Укрепляют свои позиции Китай (поставки электронных и радиотехнических устройств) и Индия (торговля программным обеспечением и фармацевтическими продуктами). Доля России в мировом производстве высокотехнологичной продукции мала и составляет лишь 0,3%. В настоящее время Россия может полноценно конкурировать лишь на рынках космической техники и услуг, боевой авиации, ядерных технологий и некоторых видов продукции электронной продукции. Следует заметить, что внешнеэкономические связи сегодня влияют на реализацию инновационных задач хозяйственного субъекта, а цели и результаты инновационной деятельности могут определять характер внешнеэкономической деятельности. В развитии внешнеэкономических связей предприятия, создающего инновационную продукцию, можно выделить несколько этапов:

- на первом этапе компания экспортирует готовую продукцию, в которой реализованы технологические новшества и другие виды инноваций. В настоящее время наукоемкие товары наиболее рентабельны. На данном этапе в стране экспортера растет национальный доход, и увеличивается число рабочих мест и т. д.;

- на втором этапе производство инновационной продукции налаживается за рубежом путем прямого иностранного инвестирования. Принимающая страна получает новую технологию. Для страны



экспортера капитала открываются новые рынки, экономятся транспортные издержки и т. д.;

– на третьем этапе происходит непосредственная продажа технологий. В стране-экспортере эта технология уже не считается передовой, но для большинства стран, отстающих в своем технологическом и экономическом развитии от страны-экспортера, она может считаться прогрессивной.

Причина смены этапов — желание предприятия-новатора максимализировать прибыль. Классическое развитие данная схема получила в случае ТНК, идущих сначала по пути экспорта инновационной продукции, затем организации производственных филиалов в странах, имеющие те или иные конкурентные преимуществ и выбираемых по принципу глобальной оптимизации, а далее передачи технологии в форме лицензий предприятиям различных развивающихся стран.

В настоящее время модель биотехнологического витка предполагают компании Израиля, где сложился либеральный режим регулирования (например, нет ограничений исследования стволовых клеток). Мировое лидерство в универсальной фармацевтике («Тева», якорная фармацевтическая компания Израиля) является основой для инвестиций в биотехнологию. Израильский научно-исследовательский фонд одерживает промышленные конкурентоспособные научно-исследовательские проекты и представляет дифференцированные гранты от 20 до 50% бюджета на научно-исследовательскую деятельность. Он требует платежи-роялти в размере 3–5% от будущих продаж. Биотехнологическая индустрия является не только высокостандартизированной отраслью, но и капиталоемкой. Затраты на производственные объекты необходимого масштаба могут достигать 600 млн долл. и на их строительство может потребоваться более 4 лет.

Центральное место среди производственных видов деятельности биотехнологического кластера Израиля занимают биомедицинские и бионаучные компании, агробиотехнологические компании биофармацевтические компании, которые демонстрируют высокий уровень предпринимательства и «агрессивную, направленную против предрасудков чувствительность» на потребности спроса.

Относительно небольшой размер рынка Израиля (7 млн долл.) и низкие, хотя растущие на душу населения, расходы на медикаменты приводят к экспорту продукции и более высоким стандартам на экспортируемую продукцию.

Таким образом, модель технологического витка предполагает компаниям развиваться индивидуально, предоставляя свободу в вы-

боре путей создания новых стратегических позиций и рыночных ниш, тем самым открывает для компании неизведанные конкурентные возможности, которые несут в себе инновации.

**Коваленко Н. С.**

*к. ф. н., доцент*

*Мурманский институт СПБУУЭ*

## **СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ**

Каждое явление природного или социального характера существуют благодаря многообразным взаимосвязям и взаимозависимостям с другими подобными феноменами. В философском значении отношения определяются как «взаимозависимость элементов определенной системы» [1]. Наука выделяет пространственные и временные отношения, отношения причины и следствия, формы и содержания, части и целого, внешнего и внутреннего и т. п. Особую группу отношений образуют отношения, возникающие в обществе.

Становление демократического общества в современной России, упечение прав и свобод личности требует серьезного усиления внимания со стороны властно-управленческих структур к формированию общественных отношений. Для современного общества характерно возрастание объема и сложности управленческих действий, а также скорости протекания социальных процессов. Это обуславливает необходимость развития новых каналов взаимодействий и связей всех социальных субъектов.

Понятие «общественные (социальные) отношения» является одним из базовых в современном обществознании. Однако до сих пор отсутствует единое определение данного термина. Существуют различные точки зрения. Так, марксистская наука подчеркивает, что общественные отношения — «многообразные связи, возникающее между социальными группами, классами, нациями, а также внутри них в процессе их экономической, социальной, политической, культурной жизни и деятельности. Отдельные люди вступают в общественные отношения именно как члены (представители) тех или иных социальных общностей и групп» [1].

Другие авторы подвергают сомнению столь жесткую социальную детерминированность общественных отношений. С этой точки зрения общественные отношения есть «опосредованные связи между людьми, определяющие возможность взаимодействия между ними

во времени и пространстве, вне их непосредственного контакта, а зачастую и вне прямого осознания «механики» подобных взаимодействий» [2].

В любом случае общественные отношения — многообразные, присущие обществу связи, устанавливающиеся между социальными группами, а также внутри них. Это важнейший специфический признак общества. Вместе с тем общественные отношения делает общество системой, объединяют индивидов и их разрозненные действия в единое целое, хотя оно внутренне и расчленено. Поэтому общественные отношения — есть различные взаимодействия между двумя и более индивидами, урегулированные социальными нормами. При этом каждый из участников таких взаимодействий имеет особую социальную позицию и осуществляет некую социальную роль. Содержание и уровень общественных отношений весьма разнообразны. Как каждый индивид вступает в отношения, так и группы вступают в отношения между собой, и тем самым человек оказывается субъектом многочисленных и разнообразных отношений.

Следовательно, можно констатировать, что общественные отношения возникают: во-первых, между индивидами как частью социальной общности (группы); во-вторых, между группами индивидов; и, наконец, в-третьих, между индивидами и социальными общностями.

Общественные отношения функционируют как форма деятельности людей. Однако они имеют безличностный, надиндивидуальный характер, и строятся не на основе симпатий и антипатий между людьми, а на базе определенного положения, занимаемого каждым в общественной системе. Сущность социальных отношений не во взаимодействии конкретных индивидов, а во взаимодействии соответствующих социальных ролей, выполняемых ими. Общественные отношения объективно обусловлены. Они связывают индивида с социальной группой, обществом, и обладают большой активностью, устойчивостью. Именно общественные отношения придают обществу качественную определенность.

Каждый индивид, каждая социальная группа занимают разное положение в обществе. Поэтому неизбежно, что они принимают различное по масштабам и эффективности участие в жизни социума. Сотрудничество людей в их отношениях друг с другом и обществом не исключает социальных различий, противоречий интересов, всевозможных конфликтов, и даже антагонизма. Однако именно сотрудничество противостоит дисгармоничным отношениям в обществе, является залогом его стабильности поступательного развития.

В повседневной жизни, как правило, действия и мысли человека индивидуальны. Однако решающее влияние на людей всегда оказы-

вает общественное мнение. Как состояние массового сознания, выражающее отношение социальных групп к проблемам совместного существования, общественное мнение поддерживает или отвергает определенные нормы, ценности, суждения или оценки. Оно формирует интересы и поведение индивидов, социальных групп и общностей. Следовательно, общественное мнение функционирует во всех структурах общества, и оказывается ключевым элементом общественных отношений. В современном мире в условиях активного развития глобальных коммуникаций особое значение приобретает проблема формирования общественного мнения.

Носителями общественных отношений выступают социальные институты вместе с теми людьми, которые в них работают — служащими государственных учреждений, аппаратом политических партий и общественных движений, журналистами, персоналом фирм, корпораций и объединений. Поэтому управление общественными отношениями подразумевает целенаправленное воздействие на общественное мнение со стороны различных субъектов — государства и его институтов, бизнес-структур, общественных организаций и др.

Подобное управление может быть директивным — жестким и прямым, осуществляемым с применением различных мер принуждения. Прежде всего, такими возможностями обладает тоталитарное или авторитарное государство, насаждающее в обществе единоумирие. Не менее полным, всеобъемлющим в определенных условиях оказывается религиозный контроль над общественным сознанием. Другая разновидность управления социальными отношениями свойственна демократическому обществу. Это управление опосредованное, которое характеризуется применением разнообразных технологий влияния на общественное мнение. Важнейшим инструментом такого воздействия выступают связи с общественностью.

Как известно, связи с общественностью впервые оформились в США. В западной управленческой культуре данная деятельность (PR) рассматривается как часть эффективного менеджмента. Последние два десятилетия связи с общественностью активно развиваются и в России. Вместе с тем, многие аспекты теории и практики PR, начиная с самого понятия данного социального явления, остаются дискуссионными. В частности С. Блэк, признанный авторитет в сфере связей с общественностью, предлагает «краткое и всеобъемлющее», по его собственным словам, определение: «Public relation — это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности [3].

Ныне число дефиниций феномена PR превысило все мыслимые пределы. Как метко заметил В. В. Ворошилов, каждый автор книж-

ки по отношению с общественностью считает обязанным заявить о себе, сформулировав оригинальное понимание public relation [4].

Разумеется, связи с общественностью, или паблик рилейшнз (ПР) — многостороннее понятие. Несмотря на различные мнения исследователей к определению данного термина можно констатировать, что общие подходы к его содержанию определились. Связи с общественностью чаще всего трактуются как коммуникационная деятельность, осуществляемая в интересах организации и направленная на установление результативных двусторонних отношений между организацией и ее общественностью [5].

В качестве структурного аспекта социальных отношений связи с общественностью определяются особенностями формирования и функционирования общественного мнения. При этом специалисты по связям с общественностью ориентируются на согласование интересов личных, групповых — с интересами общественными. Успешное решение этой профессиональной задачи в каждом конкретном случае дает возможность управлять взаимосвязями людей, создавать условия для гармонизации общественных отношений.

Назначение и смысл связей с общественностью заключается в выработке необходимых коммуникационных стратегий, производстве соответствующей информации и передачи ее по специальным каналам обществу или его целевым группам для формирования желаемого общественного мнения. Конечной же целью является стремление побудить людей поступать определенным образом. В этой системе социальных институтов сфера связей с общественностью представлена всевозможными агентствами, консультационными фирмами, пресс-центрами, пресс-службами, пресс-бюро, службами по связям с общественностью и т. п.

Работа структур по связям с общественностью может считаться успешной, если создаваемые ими образцы имиджа, приемы поддержания репутации, способы создания паблсити не будут отторгнуты окружающей их системой общественных отношений. В качестве примера можно привести характеристику отечественной саморефлексии, привитой нашему обществу в последние десятилетия различными ПР-центрами и либеральными СМИ, которую точно сформулировал С. Г. Кара-Мурза: «Большинство народов Земли, не зная об окружающем мире, считают, что они лучшие, что им живется лучше всех; русский народ не таков. В информационной изоляции он обязательно вообразит самое худшее: что прочие народы умнее и добрее; что во всем мире живется лучше, чем в России» [6].

Таким образом, информационный продукт конкретной структуры по связям с общественностью в виде имиджа, репутации, паблсити,

консультации эластично включается в систему общественных отношений, в деятельность социальных институтов. Собственно, на базе существующих отношений, а также взаимосвязи институтов общества и возможно достижение целей ПР. Имидж понятен и эффективен, если он соответствует ожиданиям, потребностям и предпочтениям аудитории, т. е. тем отношениям, которые настолько привычны для публики, что стали стилем жизни, основой массового сознания. В частности, деловая репутация, над укреплением которой работают специалисты по связям с общественностью, должна отвечать представлениям широкой аудитории о качестве производимых товаров и услуг, престиже организации, нормах и ценностях деловой жизни и т. п. Не считаться с этой системой отношений общественности и бизнеса, значит строить репутацию на ложных посылах: социальные институты, их система отторгнут чуждые им идеи. Т. е. взаимопонимание не будет достигнуто. Отмеченное полностью относится и к сфере политики.

Большинство экспертов признают, что за последние десять в стране лет создана и укрепилась новая политико-конституционная основа политической системы общества. Это обеспечивает некоторую гражданскую стабильность и относительное благополучие населения. Однако в России ускоренно развивается крайне опасное явление — виртуализация политики. Т. е. происходит постоянное воспроизводство мнимых событий и процессов, искусственных образов, которые не имеют отношения к реальной действительности. Подобное конструирование ложных институтов и событий, рожденное в условиях западной, прежде всего, американской демократии как PR-технология, политическое шоу, в современной России постепенно превращается в главный способ функционирования власти, своеобразную гарантию стабильности для элиты [7].

Само по себе становление искусственной, возможной или виртуальной реальности является объективным процессом, связанным с все более широким внедрением в жизнедеятельность человека компьютерных технологий и Интернета. «Изменяя облик существующей действительности, отраженной в сознании, фантазии, как синоним и продукт воображения, производит транспозицию или перестановку элементов реальности и способствует поиску новой точки зрения на ранее известные факты действительности» [8]. Однако средство не может, не должно рассматриваться как цель.

Связи с общественностью — коммуникационные технологии взаимодействия, которые предполагают установление равноправного диалога между участниками общественных отношений. Тем не менее, в настоящее время PR-воздействие органов государственной власти в первую очередь направлено на различные группы граждан с целью

изменения их мнения и отношения. Основной акцент в деятельности государственных структур по связям с общественностью делается на освещении работы власти в СМИ. Безусловно, это направление — одно из приоритетных. Однако соответствующие подразделения (пресс-службы, пресс-центры и пр.) не обеспечивают, к сожалению, главного — обратную связь с получателями информации. Причем, как правило, не учитываются интересы и позиции самих людей, их отношение к мероприятиям власти, принятым решениям. Даже в тех случаях, когда государство демонстрирует готовность к учету позиций граждан, на практике происходит всего лишь декларируемый диалог. Все усилия государственного PR направляются на обеспечение собственного видения проблемы. А коммуникации организуются исключительно с целью убеждения общественности в правильности принятых властью решений. В качестве последнего примера подобного PR можно назвать процедуру обсуждения проекта федерального закона «О полиции». К тому же реально в таком взаимодействии с властью принимает участие лишь незначительная часть людей.

Схожа ситуация и на местном уровне. Летом 2010 г. депутаты мурманского Совета в спешном порядке существенно скорректировали Устав города-героя. Исходя из политической целесообразности, структура муниципальной власти и порядок ее формирования были принципиально изменены. Разумеется, федеральный закон это позволяет. Но как можно принимать подобные принципиальнейшие решения без какого-либо общения с населением, келейно?

То есть власть по-прежнему рассматривает граждан как подданных, которых должно наставлять и вести. Переломить существующее «снисходительно покровительственное» отношение элиты к общественности не просто. Причем многие современные тенденции сформировались в прошлом.

В условиях авторитарного общества советского периода основным инструментом работы с общественностью выступала партийная пропаганда и идеологическая деятельность. В угоду абстрактным политическим теориям нередко истинность и объективность подменялась тенденциозным подбором фактов и даже откровенной ложью. Тем самым осуществлялось прямое манипулирование общественным мнением. В современной России провозглашена свобода общественных отношений от диктата одной идеологии и пропаганды как главного средства ее внедрения в массовое сознание. С началом реформирования российского общества власть и бизнес обратились к теории и практике PR, который является западным феноменом.

Несмотря на то, что связи с общественностью в России имеют уже двадцатилетнюю историю, зачастую практики PR-деятельности

не всегда понимают, чем же они по существу занимаются. Поэтому нередко выполняют функции рекламщиков, маркетологов, политологов, спичрайтеров и т. д. Причем руководствуются принципом «цель оправдывает средства». В итоге, для российской публики понятие «пиар» ассоциируется, прежде всего, с обманом, войной компротатов и т. п. То есть тем, что составляет «грязные технологии».

Следовательно, укрепление доверия общества к власти, что является одной из ключевых задач современной России, немислимо без становления подлинно партнерских общественных отношений, взаимопонимания между элитой и общественностью. Современные технологии PR призваны формировать доверие общественности к властным структурам, создавать условия для социальных дискуссий, способствовать вовлечению граждан в процесс принятия решений на всех уровнях государственного и муниципального управления.

### **Литература**

1. Философский энциклопедический словарь. М., 1983.
2. Современный философский словарь / под ред. д. ф. н., профессора В. Е. Кемерова. М., 1996.
3. Блек С. Паблик рилейшнз. Что это такое? М.: Наука, 1989.
4. Ворошилов В. В. Журналистика. Базовый курс: учебник. 5-е изд. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004.
5. Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз. М., 2007.
6. Кара-Мурза С. Г. В поисках потерянного разума, или «Антимиф-2». М., 2007.
7. Власов А. Виртуальная политика — реальность сегодняшнего дня. URL: <http://www.kreml.org/opinions/115871675>.
8. Юдина А. Особенности организации связей с общественностью в контексте виртуальной реальности // Власть. 2010. № 12.

**Мисхожев Э. Р.**

*к. э. н., доцент*

*Санкт-Петербургский университет управления и экономики*

## **ВОПРОСЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДИАГНОСТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Как и в любом научном исследовании в диагностике экономической устойчивости успех внедрения и эффективное использование методики будет во многом определяться той информационной базой



(исходными данными) которые будут использоваться исследователем для формирования (расчета) диагностических показателей. Информация — важнейший элемент системы управления любого предприятия. Двигаясь внутри нее, она наполняет управление конкретным содержанием. С помощью количественно-суммовых обозначений и характеризующих их пространственно-временных пояснений информация выражает имущественное положение предприятия, а также происходящее в нем и за его пределами процессы. Не располагая такими сведениями, руководители предприятия и его собственники не в состоянии адекватно оценить складывающуюся ситуацию, принять правильные решения и достичь желаемого результата — максимальной прибыли.

При этом очевидно, для использования, той или иной экономической информации в целях управления, в том числе и для диагностики экономической устойчивости машиностроительных предприятиях необходима информация соответствующая определенным качественным критериям. В противном случае использование недоброкачественной информации при принятии управленческих решений чревато неизбежными потерями или банкротством. На наш взгляд, для возможности использования экономической информации для целей диагностики экономической устойчивости она должна соответствовать следующим основным требованиям:

- надежность информации — определяется степенью объективности и достоверности отражения фактов хозяйственной деятельности предприятия (диагностируемые явления и процессы);

- сравнимость информации — характеризуются степенью сопоставимости информации за разные периоды времени для определения тенденций и изменений в диагностируемых явлениях и процессах;

- рациональность информации — характеризуется оптимальностью экономического соотношения «затраты — результат» при использовании ее в аналитических целях для определения тенденций и изменений в диагностируемых явлениях и процессах;

- целостность информации — характеризуется степенью ее полноты, включением в ее состав данных обо всех хозяйственных операциях, осуществленных предприятием за период;

- своевременность информации — характеризуется ее мобильностью, наличием возможности поступления данных пользователю в нужные ему интервалы времени, без потери качества;

- полезность информации — ее способность в полном объеме удовлетворять требования менеджмента предприятия относительно сведений о диагностируемых явлениях и процессах.

По нашему мнению в наибольшей степени вышеперечисленным требованиям соответствует информация, формируемая в рамках бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности, в соответствии с положениями Федерального закона «О бухгалтерском учете» №129-ФЗ от 21.11.1996 г. [1]. Сегодня бухгалтерская информация не только отвечает многим потребностям в сфере сбора информации для проведения экономических исследований в условиях рынка, но и построена с учетом требований международных стандартов бухгалтерского учета и отчетности. Современный бухгалтерский учет без сомнения является основой информационной базы управления любого хозяйствующего субъекта.

Как справедливо отмечает профессор В. А. Ерофеева, «бухгалтерский учет, отражая хозяйственные процессы и явления в динамике, позволяет установить тенденции и закономерности в развитии управляемого объекта, предоставляя тем самым неограниченные возможности для своевременной выработки оптимальных управленческих решений с последующим воздействием на управляемый объект. Выполняя свои функции по обеспечению органов управления на всех иерархических уровнях полной, достоверной и объективной информацией об использовании всех имеющихся ресурсов, а также выявленных резервах и недостатках в работе отдельных подразделений с целью принятия обоснованных управленческих решений, учет и контроль оказывают существенное влияние на эффективность функционирования экономической системы в целом» [3].

Между тем, для использования бухгалтерской отчетности для целей диагностики экономической устойчивости машиностроительного предприятия, необходимо дать некоторые методические уточнения относительно порядка использования показателей отраженных в этой отчетности. Так, согласно ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации, утвержденного Приказом Минфина РФ от 06.07.1999 г. № 43н [2], бухгалтерская отчетность состоит из бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках, приложений к ним, пояснительной записки, а также аудиторского заключения, подтверждающего достоверность бухгалтерской отчетности организации, если она в соответствии с федеральными законами подлежит обязательному аудиту. Организации формируют промежуточную и годовую бухгалтерскую отчетность. Бухгалтерская отчетность формируется нарастающим итогом с начала года и предоставляется ежеквартально в налоговые органы по месту регистрации организации за следующие периоды: за первый квартал; за полугодие; за 9 месяцев и за год. При этом отличительной особенностью форм бухгалтерской отчетности является формирование в них данных на начало периода и на конец периода. Исключение «Отчет о прибылях и убытках» где данные отражается нарастающим ито-

гом. Учитывая отмеченные особенности, при формировании диагностических показателей в качестве расчетного периода будет использован год. При этом в расчетах будет использоваться значение того или иного показателя на конец периода (года).

Вместе тем, необходимо отметить, что для полной диагностики экономической устойчивости машиностроительного предприятия данных бухгалтерского учета и отчетности не достаточно. Прежде всего, это касается показателей внешнего контура устойчивости — внешней устойчивости. Многие показатели необходимые для диагностирования ее состояния не отражаются в бухгалтерском учете и носят внешний, не связанный с предприятием характер. Прежде всего, это относится к такому блоку внешней устойчивости как «Предприятие — конкуренты». Например, такая группа из этого блока, как «Показатели качества товара конкурента» состоит из коэффициентов характеризующих соотношение качественных характеристик товаров (полезность, надежность, безопасность, эстетичность и т. д.) предприятия и его основного конкурента. Понятно, что подобная информация не формируется в бухгалтерском учете. Расчет подобных показателей может проводиться экспертным путем, на базе бальных оценок. Кроме того, для формирования коэффициентов группы «Показатели цены товара конкурента», блока «Предприятие — конкуренты», необходимо использовать данные об их коммерческих предложениях, прайс-листов и т. д. размещенные на официальных сайтах в Интернете и в СМИ и других источниках. Такие показатели берутся в расчетах по состоянию на конкретную дату — на конец года.

### **Литература**

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» № 129-ФЗ от 21.11.1996 г.
2. ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» от 06.07.1999 г. № 43н.
3. *Ерофеева В. А.* Учет, информация, управление: прямые и обратные связи. М.: Финансы и статистика, 1992.

**Пожидаев Р. Г.**

*к. э. н., доцент*

*Воронежский государственный университет*

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ МЕЖФИРМЕННЫХ СЕТЕЙ**

Распространение межфирменных сетей является неотъемлемой характеристикой современной мировой экономики. На глобальных и

региональных рынках, в различных отраслях и сферах бизнеса очевидна тенденция к формированию и расширению сетей, в которых юридически самостоятельные компании объединяют активы, координировано направляют потоки ресурсов и обмениваются информацией о текущей и планируемой деятельности.

Один из ключевых вопросов понимания сущности межфирменных сетей — поиск модели, позволяющей подробно и точно описать процесс их развития. Комплексный характер организации сетевых образований, где изменения являются следствием множества причинно-следственных связей, значительно затрудняет эту задачу и, как следствие, определяет наличие разных точек зрения. В 1980-х гг. сформировались три теоретических подхода к объяснению процесса развития межфирменных сетей: теория стадий, теория состояний и теория присоединения.

Теория стадий (Портер, Уттербэк, Иэстон, Двайер, Ларсон, Кэнтер, Уилсон, Хэйде и др.) фокусируется на последовательном процессе эволюционных изменений в межфирменных сетях, развитие которого происходит за счет роста числа взаимных обязательств партнеров по предоставлению ресурсов для обеспечения совместной деятельности.

В противоположность, теория состояний (Форд, Россон, Гулати, Ван де Вен и др.) рассматривает процесс развития межфирменных сетей как череду определяемых стратегией действий партнеров по обмену ресурсами и знаниями, которые, тем не менее, происходят неструктурированно и непредсказуемо.

Наконец, теория присоединения (Торелли) определяет развитие как процессы позиционирования компаний при входе в сеть, их репозиционирования в зависимости от изменения состава партнеров и их роли в сети, и выхода из сети.

По результатам последующих эмпирических исследований теория присоединения не получила подтверждения. Теория состояний наиболее близка практике деятельности межфирменных сетей, но лишь констатирует непредсказуемый характер процесса их развития, не объясняя его причин и условий. Кроме того, сторонники теории состояний признают существование стадий, но рассматривает процесс развития не как последовательный и предопределенный, а как случайный.

Поэтому, в качестве основы дальнейших теоретических и эмпирических исследований рассматривается теория стадий, хотя и она имеет ограничения по ряду критериев.

Существует две концепции теории стадий — концепция жизненного цикла (Портер, Уттербэк, Иэстон, Куинн, Кэмерон и др.) и кон-

цепция стадий роста (Двайер, Ларсон, Кэнтер, Уилсон, Хэйде и др.). Впрочем, они весьма схожи и не содержат принципиальных отличий.

Первая группа моделей теории стадий — это модели жизненного цикла, которые базируются на аналогии жизненному циклу организма и рассматривают процесс изменений как состоящий из определенного числа неизменных стадий рождения, роста, зрелости и заката.

Те же позиции отстаивают и сторонники концепции стадий роста, рассматривая процесс развития взаимоотношений и взаимозависимостей в межфирменных сетях как последовательность инкрементальных (прирастающих) и неизбежных этапов. Эта концепция сформирована исследователями, преимущественно разделяющими маркетинговый подход к пониманию сетевых организаций (Гронрос, Равальд, Улага, Уилсон, Янтрапия, Уолтер, Хаканссон, Верани и др.). В его основе лежит предположение о том, что взаимоотношения являются ресурсами, способными создавать ценность.

Модели стадий роста активно разрабатывались в 1980–1990-х гг. разными авторами (Форд, Двайер, Ларсон, Кэнтер, Доз, Хэйде и др.). Они во многом похожи, но различаются числом стадий и описанием каждой из них.

Хотя большинство моделей отражает многомерность сетевых организаций, они имеют ограничения, главным образом как следствие того, что исследования динамики развития межфирменных отношений построены на анализе парных связей. В то же время сами авторы соглашались с преобладанием многосторонних отношений, особенно в международных сетевых организациях.

Критике подвергается и основная идея теории о том, что процесс развития межфирменных сетей представляет собой последовательность предопределенных стадий. Последующие эмпирические исследования показали, что процесс их развития весьма сложен и непредсказуем, а межфирменные отношения редко происходят как четко определенный процесс развития шаг за шагом. Еще один повод для критики теории стадий связан с недостаточным объяснением факторов, причин и условий для перехода от одной стадии к другой.

Однако, ввиду слабости других теоретических подходов, развитие теории стадий является актуальной задачей, прежде всего, для определения характеристик и условий построения эффективной модели межфирменных образований.

Как следствие наличия большого числа авторских моделей жизненного цикла и стадий роста, на современном этапе исследователи пытаются создать обобщенную модель, подробно и последовательно отражающую процесс развития межфирменных сетей с учетом данных эмпирических исследований и анализа практики их деятельно-

сти. Тем не менее, и здесь возникают сложности, прежде всего, с определением ключевой характеристики деятельности межфирменных сетей. Ряд авторов (Хаканссон, Равальд, Уилсон, Янтракия и др.) считают, что базой для формирования и развития межфирменных сетей являются отношения между партнерами. Другие (Форд, Ван де Вен, Бэтонда, Перри) ставят на первое место взаимные обязательства партнеров. Наконец, третьи (Минтцберг, Доз и др.), полагают что устойчивость и, соответственно, существование сети, обеспечивают механизмы координации и контроля.

Анализ обобщенных моделей позволяет заключить, что важны все основания. Более того, между ними нет принципиальных противоречий, что логично подводит к выводу о возможности создания универсальной модели развития межфирменных сетей. Кроме того, можно предположить, что в зависимости от стадии развития перво-степенное значение приобретает та или иная характеристика. Универсальную модель развития межфирменной сети можно представить как последовательность следующих этапов:

1. Поиск и отбор партнеров. Инициатор создания сети осуществляет процесс поиска и отбора партнеров. Предполагаемые партнеры обычно отбираются на основе предшествующего опыта сотрудничества, с учетом их возможностей и компетенций. На этой стадии устанавливаются определенные правила взаимодействия между партнерами, но взаимных обязательств не возникает.

2. Конфигурация сети. На стадии конфигурации происходит детальное проектирование структуры и деятельности сети. Партнеры совместно разрабатывают и принимают механизмы координации и контроля, систему коммуникаций и процедуры управления конфликтами. Происходит распределение ролей и власти в сети.

3. Развитие межфирменной адаптации. Партнеры достигают высокой степени интеграции операционной деятельности и стратегий. Рост объема взаимных обязательств приводит к необходимости создания системы мониторинга деятельности партнеров, а также системы показателей для оценки деятельности всей сети.

4. Стабилизация. Достижение стадии стабилизации означает, что партнеры успешно решили основные задачи, связанные с координацией деятельности всех участников сети. Тем не менее, происходит дальнейшее развитие системы мониторинга деятельности — для обеспечения координации рутинных, ежедневных операций в целях повышения скорости и гибкости реализации цепочек создания стоимости.

5. Трансформация. Изменение делового окружения и обслуживаемых рынков могут привести к необходимости смены партнеров

или отсутствию выгод от совместной деятельности в рамках межфирменной сети. В результате сеть может трансформироваться через замену части участников или разрушиться. Каждый партнер, с учетом изменений происходящих на рынках, оценивает как собственные выгоды дальнейшего участия в интеграционном образовании, так и перспективы выживания сети.

Представленная модель не является законченной и исчерпывающей. Учитывая актуальность данной области исследований, очевидно, что необходимы дальнейшие лонгитюдные масштабные исследования межфирменных сетей с учетом возможно большего числа факторов и условий их развития.

**Румянцева А. Ю.**

*к. э. н., доцент*

*Санкт-Петербургский университет управления и экономики*

## **ИННОВАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА УПРАВЛЕНИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В процессе прогнозов и споров о том, Каким быть XXI в., высказано не мало суждений. Широкое распространение применительно к общественному развитию получили такие понятия, как нанотехнология и nanoиндустрия. Признавая их значимость для оценки современных тенденций, нельзя вместе с тем не видеть, что они не могут служить универсальными характеристиками нового этапа социальных, экономических, политических и иных процессов. Более точно, на наш взгляд, сущность этого этапа отражает категория «*инновационное развитие*». Инновационное развитие из привлекательной идеи стало для России реальностью.

В России перспективы перехода от сырьевой к инновационно ориентированной экономике давно и вполне справедливо связывается с деятельностью предприятий, способных выпускать наукоемкую, высокотехнологическую, конкурентоспособную продукцию. Одним из главных факторов, сдерживающих переход к экономике знаний, является низкое качество государственного и корпоративного управления. Объяснить случившееся недостаточной эрудицией руководителей реформы — явно упрощенный подход. Причина гораздо глубже — инновационная культура общества оказалась недопустимо низкой.

За последние 10 лет негативные последствия этого не были устранены, более того, они интенсивно усугублялись. Яркий пример —

бюрократизм чиновников, который был и остается силой тотального отторжения всего нового, как в сфере государственного управления, так и во многих корпорациях. Продвижение не только новых, но и обычных рутинных решений требует колоссальных усилий. По существу, мы имеем дело с проявлением антиинновационной культуры, если термин культура вообще здесь применим. Поэтому рассматриваемая проблема — это не только и не столько судьба технических новшеств, но и всего государства.

Инновационная культура — важнейшая отличительная черта современного предпринимательства. Как особый социальный феномен инновационная культура представляет собой интегральный результат рационального систематического использования новейших достижений науки, техники, наукоемких технологий, образования, культуры и управления. Культура управления, нацеленная на создание, продвижение и освоение инноваций, постепенно трансформируется в инновационную культуру. Последняя позволяет бизнес-единице быстро перестраиваться, своевременно и адекватно реагировать на изменения внутренней и внешней среды.

Существует неограниченный диапазон проявления инновационной культуры — от создания условий эффективного использования инновационного потенциала (личности, предприятия, организации) в интересах развития общества до обеспечения максимальной взвешенности в его реформировании. С участием инновационной культуры можно реально добиться *в сфере конкретной экономики* — ускорения и повышения эффективности внедрения новых технологий и изобретений, *в сфере управления* — реального противодействия бюрократическим тенденциям, *в сфере образования* — содействия раскрытию инновационного потенциала личности и его реализации, *в сфере культуры* — оптимизации соотношения между традициями и обновлением, различными типами и видами культур.

Вместе с тем нельзя сводить все эти процессы только к влиянию инновационной культуры, наряду с ней существуют мощные политические, экономические, социальные и другие факторы. Однако они детерминируются состоянием культуры в целом, и, прежде всего, ее инновационной составляющей.

Инновационная культура отражает целостную ориентацию человека, закрепленную в мотивах, знаниях, умениях и навыках, а также в образах и нормах поведения. Она показывает как уровень деятельности соответствующих социальных институтов, так и степень удовлетворения людей участием в них и его результатами.

Стимулирующую роль должно играть и явление так называемого культурного запаздывания, когда возникает противоречие из-за от-



ставания перемен вне материальной сферы (новшеств и нововведений в управлении, праве, организации) от трансформации в материальной культуре (новшеств и нововведений в науке и технике).

Эффективность управления предприятием во многом определяется тем, в какой степени менеджерами учитываются факторы, определяющие направления трансформации инновационной культуры:

- финансовая и производственная база предприятия;
- сырьевая и ресурсная обеспеченность;
- уровень профессиональной подготовки кадров;
- творческий потенциал;
- коллективный опыт, умения и навыки осуществления инновационных проектов.

Лидирующую роль в формировании инновационной культуры играет руководитель компании. Его лидерство определяется комплексом инновационных качеств, к числу которых можно отнести:

- интеллект, нестандартность мышления;
- возможность реализации собственных творческих проектов;
- коммуникабельность и инициативность;
- высокая степень самостоятельности и свободы в принятии решений;
- умение принимать на себя ответственность за просчеты всей «команды»;
- утверждение высокого имиджа;
- творческое признание успеха в инновационной сфере и др.

В России большинство инновационно ориентированных компаний находятся на начальной стадии развития, делая первые шаги в формировании собственной инновационной культуры.

Инновационные компании, не существуют отдельно от внешней среды. Они сотрудничают с внешними структурами для поддержания своей деятельности на всех этапах инновационного цикла. Поэтому правомерно выделить группу внешних институциональных индикаторов, фиксирующих изменение статуса предприятия в конкурентной иерархии. К числу внешних проявлений инновационной культуры относятся: инновационный рейтинг и высокая конкурентоспособность фирмы; глубина рыночного спроса на создаваемые инновационные продукты и технологии; соответствие компании международным стандартам корпоративного управления; сотрудничество с государственными и гражданскими институтами, социальная ответственность бизнеса.

Взаимосвязь корпоративного предпринимательства и инновационной культуры носит двусторонний характер: в первую очередь формируется элементная база инновационной культуры. Затем в ре-

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	3
<i>Загарацкий А. А.</i> Механизмы осуществления стратегии модернизации российской экономики .....	4
<i>Голубецкая Н. П.</i> Проблемы инновационного менеджмента и организационных структур в условиях интеграции мировой экономики ...	7
<i>Васильева Е. Н.</i> Внедрение управленческих инноваций как условие модернизации экономики .....	9
<i>Чиркова Т. В.</i> Привлечение и управление иностранными инвестициями для модернизации российской экономики .....	11
<i>Пономарева Е. В.</i> Инновации как фактор конкурентоспособности....	16
<i>Никитин Ю. А., Никитина Ю. Ю.</i> Информационное обеспечение инновационного развития малого предпринимательства в России.....	20
<i>Акулич Р. А.</i> Экономическое содержание и значение внутрифирменного финансового контроля.....	23
<i>Амельченко Е. Н.</i> Развитие малого предпринимательства на основе инновационного подхода .....	26
<i>Бабенко Е. И., Кудрявцева Е. П.</i> Проектное управление на основе стратегического анализа как инновационный подход к деятельности организации .....	28
<i>Баякова Н. П.</i> Интеллектуальная деятельность при разработке решений .....	31
<i>Бекаров Г. А., Шхагапсоев А. Э.</i> Государственная экономическая политика и кластерный подход .....	35
<i>Буздов З. З., Жемухов А. Х.</i> Механизм управления инновационными процессами в хозяйствующих субъектах экономики страны.....	38
<i>Захарова Л. В.</i> Инновационная модель экономического и внешнеэкономического развития предприятия.....	41
<i>Коваленко Н. С.</i> Связи с общественностью в системе управления социальными отношениями .....	46
<i>Мисхожев Э. Р.</i> Вопросы информационного обеспечения диагностики экономической устойчивости промышленного предприятия .....	52
<i>Пожидаев Р. Г.</i> Теоретические подходы к разработке модели развития межфирменных сетей.....	55
<i>Румянцева А. Ю.</i> Инновационная культура управления как фактор развития предприятия .....	59
<i>Тогузаев Т. Х.</i> Порядок оценки инвестиционной привлекательности предприятия.....	62
<i>Ханиев Р. Р., Шхагапсоев А. Э.</i> Особенности кластерного подхода М. Потрера.....	64

<i>Цветкова А. Ю.</i> Управление инновационной деятельностью компании в современных условиях.....	67
<i>Утков П. Ю.</i> Инновационное развитие вуза как система реализации концепции регионализации образования в субъекте Российской Федерации: методология и перспективы .....	69
<i>Хацевич Р. В.</i> Совершенствование использования информационно-коммуникационных технологий в сфере государственного управления в условиях модернизации России .....	77
<i>Борисенко С. М.</i> Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной деятельности.....	82
<i>Гараев З. Ф., Плотников Б. Д.</i> Повышение эффективности экономики как область управленческих инноваций.....	86
<i>Голубецкий В. С.</i> Инновационные подходы к системе управления в условиях адаптации к кризисным явлениям.....	94
<i>Гуцин А.</i> Функциональные особенности государственного заказа как формы стимулирования развития экономики и предпринимательства .....	98
<i>Заздравных Е. А.</i> Анализ проблем применения стилей менеджмента из бизнеса с целью совершенствования государственного управления .....	101
<i>Залиева М.</i> Проблемы управления персоналом в условиях кризиса .....	106
<i>Кяримова А. Д.</i> Бренд-менеджмент в инновационных отраслях экономики .....	111
<i>Лощагин О. В.</i> Анализ эффективности деятельности органов власти и управления в сфере ЖКХ в Новгородской области .....	113
<i>Малешина И. И.</i> Совершенствование системы управления организацией на примере предприятия вендинговой торговли ООО «Автобар» .....	119
<i>Милуков Е. С.</i> «Карты ума» и их применение в деятельности организации.....	123
<i>Сафронова Л. Ф.</i> Инновационная стратегия развития лесопромышленного комплекса .....	126
<i>Серов В.</i> Потенциальные возможности и направления расширения внешнеэкономической деятельности российского ТЭК .....	129
<i>Сметанин С. С.</i> Особенности формирования спроса на инновационную продукцию в России .....	133
<i>Шеверёв М. М.</i> Региональный инновационный кластер как фактор конкурентоспособности .....	135
<i>Шхагапсоев А. Э.</i> Принципиальные особенности кластерного подхода в макроэкономике .....	139
<i>Янченко П. А.</i> Разработка программы системного подхода к профилактике делинквентного поведения подростков в Санкт-Петербурге как необходимая задача для снижения уровня правонарушений совершаемых несовершеннолетними в регионе .....	141

<i>Андреев Д.</i> Проблемы менеджмента качества в России .....	145
<i>Асламова Ю.</i> Французская Республика: опыт стран в преодолении экономического кризиса .....	149
<i>Ахтямов Р.</i> Формирование партнерских связей на основе франчайзинга .....	151
<i>Бабюк Н.</i> Формирование кадрового резерва .....	154
<i>Горшунова А.</i> Особенности оценки инновационных проектов в малом нефтяном бизнесе .....	158
<i>Дойникова В. В.</i> Инновационное управление персоналом .....	160
<i>Евсюков В.</i> Проблемы и перспективы современного менеджмента ....	163
<i>Зайцева Л.</i> Развитие инновационной деятельности в России .....	165
<i>Залиева М.</i> Разработка и реализация кадровой политики предприятия .....	167
<i>Иванов В.</i> Стратегия развития российского менеджмента.....	171
<i>Комиссаров Д.</i> Проблемы бизнес-образования .....	174
<i>Коскина Д.</i> Оффшорные операции современных компаний .....	178
<i>Лихачев О. Б.</i> Совершенствование организационно- экономических методов управления в организации (на примере предприятия энергетики) .....	181
<i>Макасюк М.</i> Парк высоких технологий как один из элементов активизации инновационной деятельности в республике Беларусь .....	183
<i>Маликова Я.</i> Состояние и проблемы менеджмента в современной России .....	186
<i>Медынцева Ю. С.</i> Управление инновационными процессами.....	191
<i>Мельник К.</i> Логика греческого кризиса довольно незамысловата....	194
<i>Мухина С.</i> Современные подходы к принятию управленческих решений .....	198
<i>Округова Т.</i> Особенности развития персонала образовательного учреждения.....	201
<i>Пантилеенко К. С.</i> Основные проблемы освоения инноваций.....	204
<i>Решетников А.</i> Особенности и современные тенденции системы менеджмента качества .....	206
<i>Тюкаев Д.</i> Проблемы оценки эффективности управления персоналом .....	212
<i>Борисенков Э. А.</i> Развитие системы управления легкой промышленности .....	214
<i>Горяинов М. А.</i> Управление кластерами предприятий малого бизнеса как условие модернизации экономики и повышения конкурентоспособности предприятий реального сектора .....	219
<i>Зарецкая О. Н.</i> Инновационные кластеры реального сектора как механизм модернизации региональной экономики .....	220
<i>Калеев С. В.</i> Влияние инноваций на уровень конкурентоспособности предпринимательской структур .....	222
<i>Степанищев С. В.</i> Развитие концептуальных подходов к формированию региональной инновационной системы .....	226

Санкт-Петербургский университет управления и экономики

## **ИННОВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ И МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ**

**Сборник докладов  
международной научно-практической конференции**

Редакционная коллегия:  
*В. О. Бахарев, Н. П. Голубецкая,  
Т. В. Чиркова*

Подписано в печать 20.06.2011 г.  
Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Уч.-изд. л. 14,77. Усл. печ. л. 14,62.  
Гарнитура SchoolBookC. Бумага офсетная. Заказ № 547.  
Тираж 500 экз.

Информационно-издательский центр  
Санкт-Петербургского университета управления и экономики  
198103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр. 44  
(812)448-82-50  
E-mail: izdat-ime@spbame.ru  
izdat-ime@yandex.ru

Отпечатано в типографии ООО «Инжиниринг сервис»  
191186 г. Санкт-Петербург, ул. Циолковского, д. 13, лит. Д  
Тел.: (812) 655-50-45