

АННОТАЦИИ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ

Роздольская И.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой маркетинга и менеджмента

Мозговая Ю.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента

Популяризация и выраженные преимущества развития срочно-целевого менеджмента как нового вида управленческого ресурса и инновационной формы управленческой деятельности. С. 9–21.

Аннотация. Целью статьи является исследование новой технологии использования управленческого ресурса – срочно-целевого менеджмента (интерим-менеджмента). Для решения заявленной цели использовалась общенаучные и специальные методы исследования. В статье обсуждается одна из новых тенденций в современном экономическом развитии хозяйствующих субъектов и новая форма управленческой деятельности – срочно-целевой менеджмент. С учетом международного опыта становления и развития интерим-менеджмента целесообразно обратить внимание на его позитивную роль. Поэтому крупнейшие российские компании при выходе на новые рынки и в процессе реструктуризации производств начинают пользоваться данной технологией. Определены выраженные преимущества срочно-целевого менеджмента. Обращено внимание на интерим-менеджера как руководителя и реформатора. Представлен профиль интерим-менеджера. Выделены определенные категории интерим-менеджеров, которые классифицируются по целям их привлечения в компанию. Акцентировано внимание на эффективности работы интерим-менеджера, которая зависит от адекватного применения принципов проектного управления. Обозначены актуальные направления развития интерим-менеджмента в российских условиях. Описаны ситуации, в которых целесообразно воспользоваться услугами интерим-менеджеров. Применение предложенных подходов в процессе использования технологии временного управления (интерим-менеджмента) позволит решить проблему качественного управления.

Ключевые слова: срочно-целевой менеджмент, интерим-менеджмент, интерим-менеджер, управленческий ресурс, аутстаффинг.

Снитко Л.Т.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономики

Савенкова И.В.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, канд. экон. наук, доцент кафедры учета, анализа и аудита

Коваленко С.Н.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой учета, анализа и аудита

Исследование ключевых аспектов инновационного процесса в деятельности предприятия. С. 22–33.

Аннотация. Переход российской рыночной экономики на путь инновационного развития невозможен без функционирования достаточного количества инновационных предприятий. Многие рыночные субъекты позиционируют свою деятельность как инновационную. Согласно теории инновационного развития, инновационным предприятием является то, деятельность которого проходит через все стадии

инновационного процесса: от генерирования идеи до ее коммерциализации, а в бухгалтерской отчетности имеется статья затрат на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы. В связи с этим, возрастает интерес к деятельности российских предприятий, позиционирующих себя как инновационно-активные. Ввиду актуальности тематики, целью настоящего исследования явилось построение универсальной модели инновационного процесса, характерного для предприятия, занимающегося разработкой и коммерциализацией инновационного продукта, и исследование ключевых аспектов инновационного процесса на примере промышленного предприятия АО «ЛОМО», создающего инновации более ста лет. В ходе исследования использовались общенаучные, качественные и количественные методы экономического анализа, принципы системного и ситуационного анализа. Проведенное исследование позволило представить консолидированную универсальную модель инновационного процесса предприятия, охватывающую полный цикл создания инноваций; проанализировать инновационную деятельность АО «ЛОМО» и охарактеризовать организацию каждого этапа инновационного процесса; выделить ключевые аспекты инновационной деятельности предприятия; определить зависимость между расходами на НИОКР и результатами деятельности компании в целом.

Ключевые слова: инновации, инновационное предприятие, модель инновационного процесса, ключевые аспекты инновационного процесса, этапы инновационного процесса.

Макринова Е.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой сервиса и туризма

Лысенко В.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры сервиса и туризма

Мониторинг лояльности персонала, занятого в сфере туризма, и основные направления ее диверсификации. С. 34–46.

Аннотация. Целью исследования являются проведение мониторинга лояльности персонала, занятого в сфере туризма, и определение основных направлений ее диверсификации. Для решения заявленной цели использовались общенаучные и специальные методы исследования. В статье рассмотрены проблемы формирования лояльности персонала, занятого в сфере туризма; определены основные действия, направленные на реализацию диверсификации лояльности персонала; предложены определения понятий «лояльность персонала» и «диверсификация лояльности персонала». Авторами утверждается, что привлечение новых клиентов и удержание уже существующей клиентской базы невозможно без формирования их лояльности, которая является важной стратегической задачей каждой организации; а основой формирования лояльности персонала является возникновение приверженности к организации, перспективы профессиональной самореализации внутри нее. Выявлено, что при формировании программ лояльности персонала организация должна ориентироваться на несколько групп сотрудников, которые могут отличаться интересами, профессионализмом, социальным статусом, и обязательным условием реализации программы лояльности, основанной на диверсифицированном подходе, является клиентоориентированный подход к организации деятельности на предприятии. Определено, что уровень лояльности сотрудника к организации и реализуемым ею продуктам (услугам) является необходимым условием как при формировании, так и при диверсификации лояльности персонала. В статье уточняются основные действия, направленные на реализацию диверсификации лояльности как формы ориентации на повышение степени удовлетворенности персонала. Авторами утверждается, что прежде

чем разработать систему материальных и нематериальных льгот для сотрудников, необходимо проанализировать их потребности. Учитывая иерархическую структуру предприятия, предоставляющего услуги, нами предложена система льгот для различных категорий сотрудников, проведен анализ факторов и мотивов, влияющих на желание персонала работать в организации.

Ключевые слова: лояльность, антилояльность, диверсификация лояльности персонала, повышение лояльности, мониторинг лояльности персонала.

Тарасова Т.Ф.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор кафедры экономики

Тедеева Р.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

Зиннатова Э.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Влияние конъюнктуры потребительского рынка на уровень жизни населения Российской Федерации. С. 47–59.

Аннотация. В статье рассматриваются отдельные индикаторы потребительского рынка и их влияние на уровень жизни населения в сложившейся в настоящее время экономической ситуации. Целью данного исследования является определение степени влияния конъюнктуры потребительского рынка на уровень жизни населения, выявление взаимосвязи показателей конъюнктуры потребительского рынка и уровня жизни населения страны. В исследовании использованы общенаучные аналитические, графические и экономико-математические методы исследования, сравнительный, динамический и корреляционный анализ, что, в свою очередь, позволило представить и проанализировать динамику основных социально-экономических показателей потребительского рынка и уровня жизни, показать взаимосвязь понятий «уровень жизни» и «потребительский рынок». В статье приведены результаты анализа динамики индекса потребительских цен, оборота розничной торговли, денежных доходов и расходов населения за период с 2008 по 2015 годы, рассмотрены данные по потребительским ожиданиям и намерениям населения Российской Федерации за исследуемый период. Сделаны выводы о незначительных изменениях показателей конъюнктуры рынка и уровня жизни несмотря на значительное повышение курса иностранной валюты и введение экономических санкций против России, повлекшие за собой поиск альтернативных источников импортозамещения. Сделаны выводы об умеренном влиянии динамики цен и курса иностранных валют на основные индикаторы уровня жизни населения страны, а также слабой или умеренной зависимости отдельных показателей уровня жизни населения от внешних факторов.

Ключевые слова: уровень жизни, конъюнктура потребительского рынка, инфляция, индекс потребительской уверенности, доходы и расходы населения, оборот розничной торговли на душу населения.

Токарь Е.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры экономики

Основные требования к построению системы показателей эффективности внутренней торговли. С. 60–68.

Аннотация. Целью исследования являются обоснование основных требований и разработка системы показателей эффективности внутренней торговли. В статье

рассмотрены основные принципы, определены методологические требования к построению системы показателей эффективности внутренней торговли. Исследование проводилось на основе результативного использования методов анализа причинно-следственных связей, изучения природы социально-экономических явлений, параметризации критериев и показателей оценки эффективности внутренней торговли. В результате исследования мы пришли к выводу, что система показателей оценки эффективности внутренней торговли должна представлять собой субординированную систему, в основе которой должен лежать обобщающий показатель, соответствующий глобальному критерию эффективности. Наличие такого показателя создает условия существенного упрощения процедуры оценки эффективности, ее планирования и управления ею. Предлагаемая нами система показателей оценки эффективности базируется на общепринятой методологии и в полной мере учитывает место и роль внутренней торговли в национальной экономике. На любом рассматриваемом уровне иерархии управления, по нашему мнению, достигается методологическое единство между всеми показателями эффективности внутренней торговли. Все это создает реальные условия для комплексной оценки эффективности внутренней торговли на макро- и микроуровне.

Ключевые слова: принципы, методы, система показателей, эффективность, предприятия внутренней торговли, разработка методологии оценки, оценка эффективности внутренней торговли, комплексное исследование.

Наговицина Л.П.

Сибирский университет потребительской кооперации, д-р экон. наук, профессор кафедры экономики

Ширяева Т.Ю.

Сибирский университет потребительской кооперации, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента

Сорокина Л.А.

Сибирский университет потребительской кооперации, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента

Факторы успеха и конкурентоспособность организации. С. 69-77.

Аннотация: Цель исследования заключается в изучении влияния факторов успеха на конкурентоспособность организаций. В статье даны авторские определения факторов успеха и потребительской ценности товаров, подчеркивается взаимосвязь конкурентоспособности и потребительской ценности товаров. Показано, что набор и методика расчета факторов успеха зависят от принятой методологии. Методом сравнения выявляются преимущества методов «бережливого производства» и «производственного превосходства». Авторы отдают приоритет методу производственного превосходства и адаптируют его к сфере обращения. Новизна подхода состоит в том, что факторы успеха выражаются не только показателями роста объемных и качественных показателей, но и индикаторами, характеризующими сокращение потерь, в первую очередь тех, которые не добавляют потребительной ценности товарам, связанны с излишней транспортировкой и перемещением товаров, использованием складских площадей, материальных, трудовых, финансовых, технологических ресурсов, общественных расходов. Факторы успеха рассмотрены с позиции методологии «производственного превосходства», дифференцированы для управленческих действий в отношении персонала, товаров, предприятия, процессов, прибыли, проиллюстрированы на данных конкретной торговой организации. Предлагается, в первую очередь, сократить потери от нереализованного творческого потенциала сотрудников. Эффект творческого потенциала для организации торговли характеризуется количеством покупателей, в том числе новых, а для сотрудников – достойной мотивацией труда. Делается вывод, что чем полнее используется

творческий потенциал работников, тем лучше объемные и качественные показатели и выше конкурентоспособность организаций.

Ключевые слова: факторы успеха, потребительная ценность товаров, индикаторы факторов роста, бережливое производство, производственное превосходство, реализация творческого потенциала сотрудников, мотивация.

Матвеева О.П.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой таможенных операций и таможенного контроля

Глаголева Н.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики

Экспорт товара в контексте импортозамещения: региональный аспект. С. 78–87.

Аннотация. Целью исследования является изучение, выявление потенциала экспорта товара и разработка направлений его роста на уровне субъекта Российской Федерации (РФ). Данная цель достигается на основе результатов анализа и оценки экспорта мяса и пищевых мясных субпродуктов Белгородской области, которые выступили основой обоснования развития экспорт ориентированного производства товара в регионе. Основой проведения исследования явились общенаучные и специальные экономические его методы. При использовании общенаучных методов в рамках логического подхода последовательно применялись методы анализа и синтеза, индукции и дедукции. Проведенное исследование конкурентных позиций отдельных разновидностей товаров второй группы единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД ЕАЭС) белгородского происхождения на едином рынке товаров Евразийского экономического союза (ЕАЭС), стран СНГ и дальнего зарубежья позволило выделить ряд мер перспективного развития их производства: создание условий для дальнейшего устойчивого роста российского производства товара с учетом максимального использования конкурентных преимуществ и интеграции сравнительных и конкурентных преимуществ при выпуске потребительского и инвестиционного товара на фоне сокращения импорта подобного товара из третьих стран, сравнительных преимуществ при выпуске традиционного экспортного товара; сокращение объема закупок товара на мировом рыночном пространстве, предоставив преобразованное право поставки товара хозяйствующим субъектам стран ЕАЭС и стран СНГ при выполнении ими условий сравнительных и конкурентных преимуществ; формирование единой товарной политики хозяйствующих субъектов интеграционного образования и стратегии позиционирования товара как на мировом пространстве пяти государств, так и на мировом товарном рынке, предусматривающих наращивание конкурентных преимуществ у растущего количества материально-вещественных продуктов на различных сегментах мирового рынка товаров.

Ключевые слова: экспорт товара, импортозамещение, экспорт мяса и пищевых мясных субпродуктов.

Гатилова И.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры информационных систем и технологий

Информатизация как основной фактор повышения эффективности управления предприятием. С. 88–97.

Аннотация. Информатизация – это один из основных факторов повышения эффективности управления современным предприятием. Сегодня хозяйствственные субъекты вынуждены реализовывать свою деятельность в условиях рыночной

нестабильности и неопределенности. Современные информационные технологии способны в корне поменять подходы к ведению бизнеса, они способствуют реорганизации управлеченческих отношений, открывают новые возможности для руководителей предприятий. Чтобы держать руку на пульсе, руководитель постоянно должен проводить анализ информации о тенденциях рынка и о положении предприятия. Такой анализ требует применения сложных и трудоемких математических расчетов, и без средств автоматизации решать подобные задачи сложно. Целью статьи является рассмотрение вопроса влияния информатизации предприятия на процесс повышения эффективности управления им. В ходе исследования были применены методы: системный и материалистический научные подходы, труды отечественных и зарубежных ученых в исследуемой области, правовые документы РФ, также был использован научный инструментарий, включающий методы сравнительного, статистического и логического анализа, социологических исследований. В результате исследования были сделаны выводы, что информатизация существенно повышает эффективность подготовки принятия управлеченческих решений, а также совершенствует бизнес-процессы предприятия, переводя их на более высокий уровень, что в свою очередь обеспечивает стабильное поступательное развитие предприятия, стабильную прибыль и значительно повышает его конкурентные преимущества.

Ключевые слова: бизнес-процессы, информатизация, информационные технологии, информационные системы, нововведения, управление предприятием, эффективность, эффективное управление.

Иваненко М.Г.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры сервиса и туризма

Лысенко В.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры сервиса и туризма

Тенденции развития системы управления человеческими ресурсами организаций в условиях перехода к постиндустриальной экономике. С. 98–106.

Аннотация. Целью исследования является технологизация управления человеческими ресурсами в условиях перехода к постиндустриальной экономике. Для реализации поставленной цели использовались общенаучные и специальные методы исследования. В статье обсуждается проблема управления человеческими ресурсами, которая находится в центре внимания теории менеджмента, а для организации она выступает инструментом наиболее эффективного использования труда персонала. Представлено системное описание управления человеческими ресурсами как интегрированной подсистемы организации. Представлен обзор научной полемики относительно понятия «человеческие ресурсы». Предложена авторская трактовка понятия «человеческие ресурсы» – совокупность характеристик и свойств работника, которые в свою очередь являются главным богатством любого государства, региона, отрасли, организации, процветание которых возможно при создании условий для воспроизводства, развития и использования этих ресурсов с учетом интересов отдельного человека. Авторами представлена парадигма управления человеческими ресурсами организации, рассматриваемая как основа формирования конкурентных преимуществ, а также выделены основные научные доктрины. Выявлены принципы современной концепции управления человеческими ресурсами организации. Обращено внимание на модели управления человеческими ресурсами и их сущностное значение. Применение предложенных моделей позволит повысить эффективность функционирования организации в условиях перехода к постиндустриальной экономике.

Ключевые слова: человеческие ресурсы, управление кадрами, человеческий потенциал, системный подход, система организации, модели управления человеческими ресурсами.

Ледовская М.Е.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента

Ледовская И.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента

Дьячкова Е.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента

Повышение уровня мобильности маркетинговых воздействий на этапе инновационного развития предприятия. С. 107–116.

Аннотация. Целью исследования выступает анализ категории «маркетинговая мобильность» в контексте инновационных преобразований в функционировании современных предприятий. Для достижения заявленной цели применялся набор общенаучных подходов к исследованию, среди которых: обобщение, анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия. Исследование выполнено на принципах системного и комплексного анализа изучаемой проблемы, информационной основой послужили труды отечественных и зарубежных ученых, а также результаты деятельности практических работников в изучаемой сфере. В статье исследуется понятийное и функциональное представление маркетинговой мобильности как научной категории; особое внимание обращено на изучение и внедрение концепции мобильности маркетинговых воздействий в условиях инновационно ориентированной экономики. Маркетинговая мобильность рассматривается как фактор модернизации и трансформации рынка консалтинговых услуг посредством проведения профессиональных консультаций, что делает ее объектом консалтинга, расширяя спектр применения мобильных маркетинговых возможностей для руководства предприятия и вызывая интерес у большинства потребителей консалтинговых услуг. В контексте изучения маркетинговой мобильности авторами затронуты проблемы и возможности применения мобильного маркетинга, рассматриваемого как с точки зрения установления интерактивного контакта с непосредственным потребителем в нужный момент времени, так и с точки зрения использования технических средств сотовой связи и мобильных устройств. Аргументировано доказано, что маркетинговая мобильность может выступать в качестве элемента комплекса маркетинговых инноваций в организации, создавая тем самым выраженные конкурентные преимущества в сфере формирования спроса на товары и услуги и стимулирования сбыта.

Ключевые слова: мобильность, маркетинговая мобильность, мобильный маркетинг, мобильность маркетинговых воздействий.

Щепочкина Н.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики

Залевская Н.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики

Развитие методики учета нераспределенной прибыли организации. С. 117–125.

Аннотация. Кардинальные изменения условий хозяйствования организаций и потребность адаптации к ним обуславливают необходимость изучения методических аспектов учета нераспределенной прибыли и выработки направлений его дальнейшего развития, имеющих существенное значение для повышения качества бухгалтерской (финансовой) отчетности и обоснованности принятия управленческих решений, что и явилось целью исследования. В рамках проведенного исследования применялись общенаучные методы, такие как: анализ и синтез, индукция и дедукция, системность, комплексность, обобщение, а также специальные методы бухгалтерского учета – баланс, счета и двойная запись, отчетность. Информационной основой послужили данные исследований отечественных ученых, законодательные и нормативные материалы, регламентирующие организацию бухгалтерского учета. В ходе исследования было установлено, что российская практика учета нераспределенной прибыли организаций опирается на действующую нормативно-правовую базу. Термин «нераспределенная прибыль» широко используется в научной и специализированной литературе, однако его точное значение является предметом дальнейшего обсуждения. Единая и общепризнанная методика аналитического учета нераспределенной прибыли в настоящее время не выработана. На основе обобщения различных научных мнений по данному вопросу в ходе исследования была разработана авторская методика бухгалтерского учета нераспределенной прибыли, позволяющая проследить процесс расходования прибыли и ее учета как источника производственного развития организации.

Ключевые слова: чистая прибыль, нераспределенная прибыль (непокрытый убыток), аналитический учет нераспределенной прибыли, распределение прибыли.

Али-Аскари С.А.

Сибирский университет потребительской кооперации, канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и финансов

Максудов Х.З.

Сибирский университет потребительской кооперации, аспирант

Преимущество ассоциации как формы объединения субъектов в секторе АПК. С. 126–136.

Аннотация. В современных условиях развития российской экономики актуальным является совершенствование механизма управления экономическими субъектами в АПК. В связи с этим целью статьи является обоснование необходимости трансформации организационной структуры сельскохозяйственного производства и обоснование выбора ассоциации как наиболее эффективной формы интеграции. Исследование базируется на холистическом подходе, включающем общенаучные методы индукции, дедукции, анализа, синтеза, системности, комплексности. Обработка экономической информации проводилась с использованием информационно-коммуникационных технологий. В статье проведен анализ видов организаций и форм собственности, наличия техники, агрегаторов, доильных установок, что способствовало оценке имущественного потенциала производства молочной продукции на примере сельскохозяйственных предприятий Новосибирской области. Выделены основные формы объединений и трансформации субъектов малого и среднего предпринимательства в АПК. В процессе исследования выявлены недостатки существующего механизма управления участниками процесса производства, переработки и реализации молочной продукции. Доказано, что ассоциация является самой рациональной формой объединительных трансформаций, которая способствует развитию инновационных и технологических инициатив, прозрачности затрат и распределения субсидий. По мнению авторов, в рамках ассоциации будет достигнут больший эффект от совершенствования амортизационной политики, оптимизации налогообложения, развития системы логистики сбыта продукции, а также других подходов в деятельности сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: трансформация, ассоциация, статистический учет, амортизация, налог.

Гальченко С.А.

Курский государственный университет, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и государственного и муниципального управления

Сезонова О.Н.

Курский государственный университет, канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры менеджмента и государственного и муниципального управления

Экономические условия и механизм модернизации производственно-экономического сектора региона на основе формирования рациональной отраслевой структуры. С. 137–147.

Статья выполнена при поддержке РФФИ (грант 16-36-0096/16)

Аннотация. Статья посвящена вопросу необходимости формирования рациональной отраслевой структуры в рамках устойчивого развития промышленного комплекса региона. Основная цель – выявление приоритетных отраслей промышленного комплекса региона и разработка инструментария их дальнейшего развития. Авторами представлен механизм разработки и реализации данной концепции на примере Курской области. Основные задачи заключались в выявлении ориентиров долгосрочного устойчивого развития региона; в анализе инновационно-ориентированной промышленной политики, активном развитии деятельности по импортозамещению. Также основной задачей являлось формирование алгоритма рациональной отраслевой структуры развития промышленного сектора региона. Отмечена особая значимость ранжирования отраслей обрабатывающей промышленности Курской области по основным показателям производственно-экономического роста, по дополнительным критериям отбора. Для решения заявленных задач использовались исследовательские подходы и методы исследования, в числе которых содержательный, системный, логико-исторический. В результате исследования определены роль и важность поддержки инвестиционной деятельности в регионе. Представлена сводная группировка отраслей в блоки в зависимости от темпов и приоритетов развития. Сделан вывод о направлении дальнейших действий по развитию промышленного сектора региона. Подчеркивается важность поддержки промышленного производства и инвестиционной активности не только в рамках административного центра, но и в муниципальных районах Курской области. В заключении отмечено, что создание благоприятных условий для привлечения инвестиций в экономику Курской области станет катализатором роста промышленного производства в регионе.

Ключевые слова: отрасль, регион, фонды, структура, промышленный комплекс, развитие.

148-157

Гильманова Р.И.

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (Республика Татарстан), канд. экон. наук, научный сотрудник НОЦ «Современные геофизические технологии»

Оценка инновационной активности России. Ретроспективный анализ. С. 148–157.

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные вопросы ретроспективной оценки инновационной активности РФ с целью формирования вектора стратегического развития научно-технической сферы. Информационной базой исследования послужили нормативно-правовые акты РФ по вопросам экономики, исследовательские и аналитические материалы, аналитические данные Российской статистической службы,

Статистического бюро Европейского Сообщества (Евростата). Основные методы исследования, примененные в статье: статистический и экономический анализ. Анализ инновационной активности РФ был проведен по трем блокам показателей: 1) индикаторы научно-исследовательской деятельности; 2) индикаторы инновационной деятельности добывающих, обрабатывающих производств, производства и распределения электроэнергии, газа и воды; 3) дополнительные индикаторы, которые раскрывают трансфер технологий и факторы, способствующие инвестированию инноваций. В результате можно сделать заключение, что на сегодняшний момент, несмотря на высокие темпы вложения средств как в научно-исследовательскую деятельность, так и в инновационную Россия отстает от многих стран мира и по объемам инвестирования, и по результативности проведенных исследований или внедренных инноваций. Соответственно, если анализировать «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2030 года», то, скорей всего, Россия будет развиваться по варианту, при котором техническое и технологическое перевооружение экономики будет осуществляться не только на основе импортных технологий, но и в результате локального внедрения созданных отечественных разработок.

Ключевые слова: инновационная модель экономического роста, показатели научно-исследовательской сферы, инновационная деятельность.

Кадырова З.Х.

Таджикский государственный университет коммерции (г. Душанбе), канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и организации бизнеса

Ибодова З.Х.

Таджикский государственный университет коммерции (г. Душанбе), аспирант

Пути активизации инновационной деятельности в вузах Республики Таджикистан. С. 158–162.

Аннотация. Целью исследования выступает определение факторов, влияющих на развитие инноваций в образовательном процессе, и выработка практических рекомендаций для активизации инноваций в вузах республики. В процессе исследования использованы такие методы экономического анализа, как сравнение, факторное изучение, опрос, анкетирование, которые в целом позволили обеспечить достоверность и обоснованность выводов и рекомендаций, сформулированных автором данной работы. Проведенный опрос показал, что основные цели инновационной стратегии вузов республики направлены на модернизацию образовательных услуг, выпуск новых образовательных продуктов, поиск путей выхода на международный образовательный рынок, а также повышение качества и конкурентоспособности образовательных услуг, улучшение условий труда за счет внедрения инноваций. Также в ходе исследования выявлены позитивные и негативные тенденции в инновационных процессах в вузах. Рассмотрены основные направления повышения эффективности инновационной деятельности вузов. Предложены пути активизации инноваций в вузах республики Таджикистан за счет развития экономического потенциала университета (кадрового, образовательного, научного, материально-технического, студенческого); изменения образовательной среды (создание условий для инновационной деятельности сотрудников и студентов); апробации новых финансовых механизмов (изыскание возможностей увеличения собственных и привлеченных средств).

Ключевые слова: инновационная деятельность вуза, цели инновационной деятельности, активизация инновационного процесса, финансирование инновационной деятельности, источники финансирования инноваций, собственные средства вузов, привлеченные средства вуза, новые образовательные технологии, экономические факторы, пути активизации инновационной деятельности.

Заикина Е.А.

Департамент экономического планирования и инвестиционных программ ПАО «РусГидро», главный эксперт, соискатель Национального исследовательского университета Московского энергетического института

Исследование межфирменных отношений стейкхолдеров при реализации техперевооружения и реконструкции территориальных генерирующих компаний. С. 163–172.

Аннотация. В статье проанализированы существующие схемы организации процесса техперевооружения и реконструкции в территориальных генерирующих компаниях. В исследовании проанализированы годовые отчеты, комплексные программы закупок ряда тепловых генерирующих компаний, проанализирован возрастной состав основного оборудования тепловых генерирующих компаний России. Показано, что современные тенденции глобализации и интеграции способствуют развитию сетевых форм сотрудничества. Целью данной статьи является обоснование целесообразности развития сетевой межфирменной кооперации территориальных генерирующих компаний при реализации техперевооружения и реконструкции, что позволит территориальным генерирующими компаниям повысить эффективность деятельности. Рассмотрены предпосылки возникновения сетевой межфирменной кооперации территориальных генерирующих компаний при реализации техперевооружения и реконструкции. Автором статьи предложена схема сетевой межфирменной кооперации территориальных генерирующих компаний при реализации техперевооружения и реконструкции. Проведенный анализ современного состояния развития кооперации ТГК позволил разработать схему сетевой межфирменной кооперации ТГК при реализации ТПиР и выявить ряд проблем межфирменного взаимодействия, которые в настоящий момент не являются полностью изученными и исследованными.

Ключевые слова: техперевооружение, реконструкция, межфирменные отношения, кооперация, межфирменные сети, территориальные генерирующие компании.

Балдынюк А.И.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», аспирант кафедры информационных систем управления

Теоретико-методологические основы трактовки понятия «инновационно-активные предприятия». С. 173–179.

Аннотация. На современном этапе развития уровень и качество экономического роста во многом определяются использованием новейших достижений науки и техники, внедрением и использованием результатов инноваций в производственных процессах. Коммерциализация результатов исследований и разработок является одним из самых важных этапов инновационного процесса, который обеспечивает не только его финансирование, но и повышение конкурентоспособности продукции производителей, их технологическое развитие и увеличение прибыли от инноваций в целом. Деятельность инновационно-активного предприятия, подразумевающая в себе трансформацию идей в технологически новые продукты или усовершенствованные услуги, процессы, способы производства, приобретает особое значение в современной экономической системе, что и обуславливает актуальность исследуемого материала. В ходе исследования был проведен анализ и рассмотрены методические основы категориального определения понятий «инновации», «инновационная деятельность» и «инновационная активность», на основе чего дана авторская трактовка определения понятия «инновационно-активные предприятия». Выделены основные виды инновационно-активных предприятий в соответствии с их организационными формами и выполняемыми функциями, дана их

классификация. Проведенное исследование позволило раскрыть теоретико-методологические основы трактовки понятия «инновационно-активные предприятия».

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, инновационная активность, инновационно-активные предприятия, научно-технический прогресс, научно-техническая революция.