

**Секция
«Инновации и инвестиции»**

Инвестиционный имидж как инструмент привлечения иностраннных инвестиций в Россию

Россия - страна с большими ресурсами и интеллектуальным потенциалом, перестала быть привлекательной для инвесторов из развитых и развивающихся стран. Иностраннные инвестиции – один из наиболее важных каналов по выводу отечественной экономики из сырьевого формата, так как финансовые вложения зарубежных партнёров способны вывести на новый уровень буквально все отрасли российского хозяйства. Неблагоприятное воздействие внешней среды, конкуренция со стороны зарубежных производителей по ценам и качеству продукции, низкая инвестиционная привлекательность российской экономики, особенно для иностранных инвесторов, дефицит собственных финансовых ресурсов является основными причинами кризисного состояния многих отечественных промышленных предприятий.

Основной этап развития российской экономики требует решения проблемы привлечения инвестиций для этого требуется проработка таких вопросов как : повышение инвестиционной активности, формированием инвестиционного имиджа организации, являющегося, с одной стороны, нематериальным ресурсом любой организации. С другой стороны, инвестиционный имидж - это квинтэссенция результативности использования материальных и нематериальных ресурсов (например, интеллектуальных, стратегических и др.), а также человеческого капитала, углубление сегментации инвестиционного рынка, активизации.

Анализируя опыт зарубежных стран в области формирования инвестиционного миджа позволил сделать следующие выводы:

1) государство должно инвестиционной деятельности.

Поиски возможностей эффективного инвестиционного процесса вызывают дискуссии о роли институциональных условий в повышении эффективности инвестиций, о способности отечественных инвесторов адаптировать прогрессивный мировой опыт управления инвестиционным процессом.

В России государство, к сожалению, не уделяет внимание на создание благоприятных условий для формирования и развития инвестиционного имиджа организации как это делается в зарубежных странах, оно должно играть активную роль в создании условий для формирования инвестиционного имиджа бизнес структур. Кроме того, каждая страна должна учитывать особенности традиции национальной экономики, о чем свидетельствуют данные, приведенные в таблице 1.

Таблица 1

Инвестиционный имидж и мероприятия государства в области формирования благоприятной среды [1]

Страна	Инвестиционный имидж	Мероприятия
Китай	Проблема формирования обновленного и благоприятного имиджа страны на первом плане; -Формирование благоприятного имиджа Китая предпринимается на государственном уровне.	Укрепление представлений об общности интересов Китая и остального мира; -Снижение потенциально опасного имиджа агрессивного и высокопродуктивного государства; -Переход к инновационному развитию.
Ирландия	Ирландское агентство по развитию начало искать потенциальных инвесторов еще в 60-х гг.	Четко сформулирована активная политика, -Государственное ведомство - Агентство по индустриальному развитию Ирландии (Industrial Development Agency of Ireland) занимается привлечением инвестиций.

США	Эксимбанк простимулировал экспорт США на мировые рынки на сумму более 400 млрд. долларов США	Государственная поддержка американских экспортеров является преимущественно информационной; - Банк берет на себя риски, связанные с определенной страной, и кредитные риски, которые не способен или не желает брать на себя частный сектор, и помогает «разровнять игровое поле» для экспортеров США путем увязки с финансированием, предоставляемым своим экспортерам другими правительствами).
-----	--	--

Литература

1. <http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/4cf99f00409f6b5a8b18cfb1e9ba48ef/conception.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=4cf99f00409f6b5a8b18cfb1e9ba48ef>

Что такое инновационная культура

Инновационная культура – очень важная для исследования тема, поскольку позволяет раскрыть социокультурные предпосылки, необходимые для модернизации, инновационного развития, нашего движения вперед. С точки зрения перехода общества на новую модель развития принципиальное значение имеет овладение инновационной культурой, без чего нереализуема интеграция в современную экономику и шире – в современный мир. Известно, что наука, тем более экономика, является элементом культуры, базируется на общественных, культурных и этических нормах и ценностях, поэтому познать национальную экономику вне культурной составляющей невозможно. Крупные технологические новшества, как правило, возникают раньше, чем общество в лице своих социальных институтов готово их адекватно оценить и эффективно использовать. Эта очевидная мысль в наши дни чаще звучит в краткой фразе: технологии опережают институты. Не оспаривая приоритет технологий, значимость технологической компоненты в инновационном развитии, важно проследить связь инноваций с социокультурными институтами. Государства и компании, вкладывая огромные средства в создание новых технологий и высокотехнологичной продукции, полный эффект от своих инвестиций могут получить только в соответствующей институциональной среде, включающей в качестве своей компоненты социальную составляющую, наряду с экономической, научно-технической, политической, правовой компонентами, тесно взаимосвязанными друг с другом.

Нужно отметить, что культура всегда делилась на материальную и духовную, связь между ними никогда не прерывалась. Именно в духовной, нематериальной культуре находились те импульсы, которые давали новые возможности для развития объектов материальной культуры (машин, приборов, сооружений, технологий и т.д.). Вместе с тем, в мировой культурной сокровищнице находились элементы, на основе которых возникали и успешно обогащали материальные сферы деятельности такие частично взаимодополняющие друг друга виды культуры, как корпоративная, деловая, предпринимательская, организационная. Эта классификация показывает не только степень внимания к теме, но и практическую полезность этих знаний, их инструментальность.

Инновационная культура как социальный, экономический и политический феномен в Зеленой книге по инновациям, выпущенной Евросоюзом, была определена как ключевое направление, предпосылка инновационной деятельности. Инновационную культуру в современном мире можно рассматривать как стратегический ресурс нового века, как область общекультурного процесса, характеризующую степень восприимчивости личностью, группой, обществом различных новшеств в диапазоне от толерантного отношения до готовности и способности к превращению их в инновации.

Эта культура отражает ценностную ориентацию человека на нововведения, закрепленную в мотивах, знаниях, умениях и навыках, а также образцах и нормах поведения. Она показывает как уровень инновационности соответствующих социальных институтов, так и степень удовлетворенности людей участием в этой деятельности и ее результатами. Через инновационную культуру можно добиться существенного влияния на все виды культуры общества и прежде всего культуру профессиональной деятельности, бизнеса, производственных отношений. Именно инновационная культура вооружает практику методами оценки и пресечения использования новшеств, способных причинить вред человеку, обществу, природе. Однако не все страны обладают инновационной культурой, необходимой для развития новой экономики.

Очень важное значение в сфере инновационной культуры имеет соотношение инноваций и традиций. Традиции – устойчивый элемент культуры, основа механизма преемственности и в силу своей безусловной важности не могут не учитываться при трактовке понятия инновации. Но

инновации по самой своей сути находятся в определенном противоречии с традициями. В какой-то степени данное противоречие разрешается, если инновации возникают и развиваются в недрах традиций, а те служат основой для творческого процесса как источника инновационной культуры. Однако это не всегда удается.

Инновационная культура во многом обусловлена историей страны, в которой формировалась система ее норм и ценностей. Это производная исторических событий и их влияний, климата, географического положения, религии, типа языка, инстинкта выживания и других факторов, что в совокупности представляет собой этический код, ментальность, нравы, национальные особенности. Все это сложно переплетается и формирует систему убеждений и ценностей, которые в целом предопределяют ожидания и потребности общества данной страны. Эту национальную специфику инновационной культуры нельзя измерять по шкале какой-либо другой страны. Инновационная культура тесно переплетена с деловой, корпоративной культурой и отличается в различных странах.

Очевидно, что развитие общества и экономики во многом определяется инновационной культурой, именно как логически связанной системой ценностей, установок, институтов, сознания человека. Из этого следует, что при формировании инновационного процесса необходимо учитывать фактор национальной самобытности, корректируя программу инновационного развития в целях достижения разумного сочетания между предпринимаемыми шагами и накопленным общественным опытом.

А.М. Васильцова
Муромский институт Владимирского государственного университета
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, д. 23
E-mail: [economicsmivlgu@gmail.com](mailto:economicismivlgu@gmail.com)

Оценка инвестиционной привлекательности предприятия, функционирующего в условиях вертикально интегрированного холдинга

Формирование грамотной инвестиционной политики является в настоящее время обязательным компонентом эффективного управления предприятием и, в свою очередь неразрывно связано с повышением уровня его инвестиционной привлекательности. Особую актуальность имеет исследование вопросов оценки инвестиционной привлекательности в холдинговых компаниях, которые играют огромную роль в экономической жизни страны, определяя темпы социально-экономического развития территорий и регионов.

Трактовка понятия инвестиционной привлекательности предприятия прошла определенную эволюцию. На первом этапе эта категория рассматривалась в узком, финансовом аспекте [7]. На следующем этапе инвестиционной привлекательности придается расширенный смысл, показывается её зависимость также от качественных факторов, уровня спроса, доходности и риска [3]. Наконец, на современном этапе исследователи приходят к комплексному определению инвестиционной привлекательности предприятия, подчёркивая его зависимость от многочисленных характеристик - конкурентоспособности и клиентоориентированности, курса акций, инновационной активности [6].

С нашей точки зрения, инвестиционная привлекательность как экономическая категория кроме комплексности обладает таким свойством, как многоуровневость. Она объединяет уровни инвестиционной привлекательности страны, региона, отрасли, предприятия, отдельных объектов или проектов. Инвестиционная привлекательность конкретного предприятия зависит как от инвестиционной привлекательности вышестоящих уровней (страны, региона и отрасли), которые являются неконтролируемыми, так и от инвестиционной привлекательности нижестоящих уровней (отдельного проекта или объекта), которые могут контролироваться.

Комплексный характер понятия «инвестиционная привлекательность предприятия» выражается в наличии нескольких групп факторов, влияющих на него: финансовых, рыночных, организационных и инвестиционно-инновационных.

Кроме того, инвестиционная привлекательность зависит от специфики организации и направленности на определенного инвестора.

Таким образом, инвестиционную привлекательность предприятия следует рассматривать как категорию комплексную, многоуровневую и многомерную и в соответствии с таким подходом должны формироваться критерии и методика её оценки.

Необходимость формирования методики, основанной на понимании инвестиционной привлекательности предприятия как многомерной категории, доказывает проведенный анализ инвестиционной привлекательности, на основе методов, разработанных в рамках финансового, расширенного и комплексного подходов.

Расчеты, проведенные за 2009-2012 гг. на примере крупнейшего предприятия города, ОАО «Муромский завод радиоизмерительных приборов», входящего в состав холдинга, показали, что semifакторная модель [1] и интегральная методика на основе внутренних показателей [4] дают неточные и неполные результаты, так как они придерживаются лишь финансовых показателей. Комплексная методика ориентируется как на количественные, так и качественные факторы деятельности предприятия, поэтому результаты по ней можно назвать более полными и обоснованными [5].

Однако при этом ни одна из рассмотренных методик в итоге не позволила в явном виде выявить и достаточно корректно оценить факторы, определившие данный уровень инвестиционной привлекательности конкретного предприятия и характер его динамики.

Поэтому на данном этапе исследования сформулирована конкретная задача дальнейших разработок – адаптация имеющегося либо разработка полностью авторского методического инструментария, основанного на многомерном подходе к пониманию инвестиционной привлекательности предприятия и применимого для оценки предприятий, функционирующих в условиях вертикально интегрированного холдинга. Разработанный подход по оценке инвестиционной привлекательности в дальнейшем целесообразно использовать в качестве инструмента управления инвестиционной политикой как отдельного предприятия, входящего в состав холдинга, так и холдинга в целом. Например, полученные в результате исследования значения интегрального показателя инвестиционной привлекательности предприятия можно использовать в качестве одного из критериев для принятия инвестиционных решений.

В результате проведенной оценки инвестиционной привлекательности предприятия с учетом выявленных проблем, были предложены направления по ее повышению. Была разработана стратегия, предусматривающая расширение масштабов инвестиционной и инновационной деятельности, повышение эффективности финансовой деятельности, повышение эффективности кадровой политики и повышение эффективности производства. С учетом предложенных мероприятий был составлен прогноз инвестиционной привлекательности предприятия на 2013 год.

Литература

1. Бадокина Е.А., Швецова И.Н. Оценка инвестиционной привлекательности организаций промышленности // Управленческий учет: электронный журнал. 08.09.11. URL: <http://www.upruchet.ru/articles/2011/9/4610.html>
3. Гаврилюк О.И. Инструменты и методы оценки инвестиционной привлекательности промышленных предприятия: автореф. дис. канд. экон. наук. Белгород, 2010. – 22 с.
4. Джурабаева Г.К. Методология оценки инвестиционной привлекательности промышленного предприятия // Известия ИГЭА: электронное издание. 17.04.08. URL: <http://izvestia.isea.ru/reader/article.asp?id=4362>
5. Ендовицкий Д.А., Бабушкин В.А., Батурина Н.А. Анализ инвестиционной привлекательности организации: научное издание / под ред. Д.А. Ендовицкого. – М.: КНОРУС, 2010. – 376 с.
6. Ендовицкий Д.А., Соболева В.Е. Анализ инвестиционной привлекательности компании-цели // Аудит и финансовый анализ: электронный журнал. 12.02.07. URL: <http://www.auditfin.com/fin/2007/2/Endovitskiy/Endovitskiy%20.pdf>
7. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент : учеб. пособие. – М.: Дело и Сервис, 1998. – 304с.

У.В. Колесникова
Муромский институт Владимирского государственного университета
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, д. 23
E-mail: *economicsmivlgu@gmail.com*

Методические основы исследования инноваций в России

Мировое хозяйство на сегодняшний день характеризуется общей для всех стран чертой – переходом к новой инновационной экономике, основанной на генерации, распространении и использовании знаний.

Инновации являются стратегическим фактором, обеспечивающим конкурентоспособность, эффективность и безопасность экономической деятельности как на микро-, так и на макроуровне. Поэтому, на сегодняшний день все большее значение приобретает развитие инновационного потенциала, определяемого совокупностью технических, производственных, организационных, маркетинговых и финансовых процессов, обеспечивающих эффективное внедрение и реализацию результатов научно-технического прогресса. Развитие инновационной сферы является объектом приоритетного внимания как со стороны федеральных, так и со стороны региональных органов государственной власти.

Для изучения науки и инноваций на сегодняшний день в России созданы и существуют два центра – Центр исследования и статистики науки (ЦИСН) и Федеральная служба государственной статистики (Росстат).

Государственное учреждение «Центр исследований и статистики науки» создан на правах научно-исследовательского института в соответствии с постановлением Государственного комитета СССР по науке и технике и Академии наук СССР от 2 января 1991 г. № 2/1 с наименованием «Центр исследований и статистики науки ГКНТ СССР и АН СССР».

Согласно распоряжению Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2004 г. № 1749-р Центр находится в ведении Министерства образования и науки Российской Федерации. С февраля 2005 г. официальное наименование Центра на русском языке: полное - Государственное учреждение «Центр исследований и статистики науки», сокращенное - ЦИСН.

В рамках научной деятельности Центром осуществляется:

- исследование проблем управления научно-технической и инновационной сферами;
- исследование проблем социального развития научно-технической сферы;
- исследование проблем интеграции образования и науки;
- исследование проблем формирования национальной инновационной системы России;
- сбор и обработка статистической информации, анализ и прогнозирование развития сферы науки, технологии, инноваций в Российской Федерации;
- анализ формирования и реализации федеральных и ведомственных целевых программ и проектов;
- разработка мероприятий по использованию зарубежного опыта управления научно-технической и инновационной сферами в отечественной практике.

Органы государственной статистики России осуществляют государственное статистическое наблюдение за инновационной деятельностью организаций с середины 1990-х годов. В 1994 году постановлением Госкомстата России от 12.08.94 №130 утверждена форма №1-инновация «Отчет промышленного объединения (предприятия) об инвестиционной деятельности за 1994 год». Согласно этой форме статистическому учету подлежали технологические инновации, впервые внедряемые на предприятии, охватывающие новые или в значительной степени усовершенствованные виды продукции и технологические процессы, а также требующие, как правило, определенных капитальных затрат на внедрение. При этом обследование охватывало все промышленные предприятия, независимо от организационно-правовой формы и формы собственности. Систематическое наблюдение за инновационной деятельностью началось с 1996 г.

согласно постановлению Госкомстата России от 22.08.1995 г. № 138 об утверждении формы государственного статистического наблюдения №2-инновация «Сведения о технологических инновациях промышленного предприятия (объединения)». Как следует из названия, объектом наблюдения являлись только технологические инновации промышленных предприятий. Инновационные процессы объектов малого предпринимательства данной формой не предусматривались. Очередные изменения произошли в 1998 году. Постановлением Госкомстата России от 03.08.1998 г. №80 была утверждена новая форма государственного статистического наблюдения №2-инновация «Сведения о технологических инновациях предприятия (организации)». Данная форма содержала расширенную программу наблюдения и впервые охватывала инновационную деятельность в сфере услуг. Начиная с 2001 года наблюдение за инновационной деятельностью осуществляется по форме №4-инновация «Сведения об инновационной деятельности организации» (утверждена постановлением Госкомстата России от 05.02.2001 №9), которая с течением времени также постепенно корректировалась. С 2005 года наблюдение за инновационной деятельностью осуществляется по отдельным видам экономической деятельности, обусловленным переходом органов государственной статистики на ОКЭВД. В 2006 году наблюдение охватывает крупные и средние организации следующих видов деятельности: добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, связь, деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, оптовая торговля. Постановлением Росстата от 20.11.2006 №68 также определено, что организации предоставляют сведения не только о технологических, но и о маркетинговых и организационных инновациях.

Начиная с 2009 года, на основании Приказа Росстата от 19.01.2009 №4, в отчетности предоставляются сведения об экологических инновациях. Экологические инновации – это новые и значительно усовершенствованные товары, работы, услуги, производственные процессы, организационные или маркетинговые методы, способствующие повышению экологической безопасности, улучшению или предотвращению негативного воздействия на окружающую среду [2]. В отчетности 2012 года добавляются сведения о выполнении научных исследований и разработок. [3]

При всем том, что программа статистического наблюдения позволяет проводить оценку инновационной деятельности предприятий в соответствии с международными стандартами, она все же содержит ряд недоработок, в первую очередь связанных с определением инновационно-активных предприятий.

«Руководством Осло» дается следующее определение: «инновационно-активной формой является фирма, проявлявшая инновационную активность за период наблюдения, включая продолжающуюся и прекращенную» [4].

Согласно форме №4 - Инновация «Сведения об инновационной деятельности организации», инновационно-активная организация – это «организация, которая в течение последних трех лет имела завершенные инновации, т.е. внедренные на рынке новые или подвергавшиеся значительным технологическим изменениям и усовершенствованию продукты, услуги или методы их производства (передачи), внедренные в практику новые или значительно усовершенствованные производственные процессы, новые или значительно улучшенные способы маркетинга, организационные и управленческие изменения» [3].

Таким образом, можно дать заключение, что в отличие от зарубежной практики, российская статистика не включает в число инновационно-активных организаций предприятия, не внедрившие в течение отчетного периода инновации, которые находятся либо в процессе внедрения, либо прекратили деятельность.

Существующая в Российской Федерации организационная структура исследований и разработок сложилась исторически, и в силу своей консервативности как системы воспроизводства знаний, склонна к сохранению основной части своих базовых элементов, невзирая на влияние внешних разрушительных факторов [5].

Литература

1. Постановление Росстата от 20 Ноября 2006 N 68 "Об утверждении порядков заполнения и представления форм федерального государственного статистического наблюдения №3-Информ «Сведения об использовании информационных и коммуникационных технологий и производстве связанных с ними товаров (работ, услуг)», №4-Инновация «Сведения об инновационной деятельности организаций».
2. Приказ Росстата от 19.01.2009 N 4 "Об утверждении Указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения N 2-наука "Сведения о выполнении научных исследований и разработок", N 3-информ "Сведения об использовании информационных и коммуникационных технологий и производстве связанных с ними товаров (работ, услуг)", N 4-инновация "Сведения об инновационной активности организации".
3. Приказ Росстата от 06.09.2012 N 481 "Об утверждении статистического инструментария для организации федерального статистического наблюдения за деятельностью в сфере дошкольного образования, научной и инновационной деятельностью, занятостью населения".
4. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. – М.: ЦИСН, 2006.
5. Ларионова Е.И., Мотова М.А., Чинаева Т.И. Состояние и динамика основных показателей сферы исследований и разработок // Вопросы статистики. 2009, №4. – с. 44.

Интеллектуальное рейдерство

Интеллектуальная собственность играет все большую роль в устойчивом развитии организаций. Наибольшая доля интеллектуальных активов сосредоточены в области искусства, сферы услуг и производства товаров с известными торговыми именами. В рамках реализации стратегии развития образования вопрос адекватного управления интеллектуальной собственностью является одним из ключевых.

Стратегическое управление подразумевает управление стабильными, устойчивыми социально-экономическими системами. Однако глобальные изменения в системе образования привели нашу образовательную систему в крайне неустойчивое, высокорисковое состояние. Для модернизации образовательной системы, создания устойчивой конкурентоспособной модели необходимо выработать прозрачные и справедливые нормы распределения результатов интеллектуальной деятельности как одного из доминирующих ресурсов в образовании.

Результаты интеллектуальной деятельности – продукт нематериальный, трудно идентифицируемый, однако это вид активов как персональных так и принадлежащих организации становится приоритетным во всех сферах деятельности. Доля такого рода активов с развитием общества растет, создает дополнительные выгоды. Это прекрасно понимают те участники бизнес-процесса, которые им управляют, контролируют. Однако признавать наличие интеллектуальной собственности, оплачивать право пользования, уважать интересы автора и правообладателя не спешат.

С целью защиты своей интеллектуальной собственности, в первую очередь, автор должен сам понимать свои права и что он передает в пользование. Наиболее незащищенный представитель армии авторов – преподаватель, создатель образовательного продукта как в рамках классического вуза, так и тренингов, авторских семинаров, методик и учебно- методических материалов, видео лекций.

Нужно понимать, что любой образовательный продукт состоит из составляющих и отдельных прав, которые могут быть предложены для продажи и оплачены отдельно.

Это – название программы, ее содержание, описание разделов, учебно- методический комплекс, презентации, учебное пособие, сборник кейсов, рабочие тетради, тесты, ключи к тестам, описания деловых игр, ситуационные практикумы. Далее выводы по проведенным занятиям, итоговое мероприятие, анализ и рекомендации. Здесь начинается самое интересное - образовательный продукт преобразовывается в консалтинг. Здесь порядок ценности продукта возрастает в разы.

Если собственники интеллектуальной собственности не будут обладать компетенциями и навыками защиты, то они постоянно будут жить в состоянии высокого риска интеллектуального рейдерства.

Таким образом, интеллектуальная собственность, как и собственность в материальной и финансовой форме, должна быть признана на уровне государства, бизнес-структур, самих авторов и их провайдеров. С этой целью необходимо разработка рекомендаций по управлению интеллектуальной собственностью в целях защиты ее от неправомерного использования.

Финансовые инструменты осуществления инновационного предпринимательства в России

В практической деятельности большинства инновационных фирм происходит такая ситуация, когда достигнув определённого финансового результата они либо замедляют, либо прекращают вообще своё дальнейшее развитие. Такой ситуации в наибольшей степени способствуют следующие факторы: недостаток финансовых средств; недостаточный уровень квалификации; недоступность новых рынков.

Как правило, обозначенные выше факторы выступают в совокупности друг с другом, а также являются взаимодополняющими, что определяет важную проблему привлечения финансирования для своего развития и роста.

С этой целью 5 июня 2009 года группа ММВБ и «РОСНАНО» подписали Соглашение о сотрудничестве, согласно которому на базе Сектора ИРК создаётся новый биржевой сектор «Рынок инноваций и инвестиций».

Необходимость создания подобного биржевого механизма назрела давно. Очевидность того, что он получит широкое развитие, потому как инновационные и высокотехнологичные компании представляют собой некоторое отличие от обычных компаний финансового, сырьевого или перерабатывающего сектора экономики.

Важно, что такой механизм будет служить определённой площадкой между начинающими малыми и средними инновационными и высокотехнологичными компаниями и определённой категорией инвесторов, которые традиционно не работают на бирже в качестве массового инвестора, позволит снизить риски.

Подобного рода площадки распространены на множестве мировых бирж. Одним из наиболее известных примеров является американская биржа высоких технологий NASDAQ.

В секторе ИРК на ФБ ММВБ сегодня функционирует не так много компаний, но среди них можно выделить (таблица 1):

Таблица 1.

Компании в секторе ИРК на ФБ ММВБ		
Компания	Дата начала торгов	Объём размещения, млн. долл.
ЗПИФ «Финам-ИТ»	14.06.2007	20,0
ОАО «Армада»	31.07.2007	29,8
ОАО «О2ТВ»	25.07.2008	-
ОАО «Некк»	08.04.2009	-

Источник: материалы ФБ ММВБ

В практику функционирования российского рынка инноваций и инвестиций заложена следующая сегментация:

1. Сектор ИРК, который позволяет компаниям с быстрым ростом продлить IPO и вторичные торги во всех режимах ММВБ.
2. Площадка частных размещений. Сделан основной упор на возможности частных размещений с использованием технологий биржи и листинга.

Вторичное размещение предполагается среди инвесторов с определённым уровнем квалификации в рамках торговых технологий, ориентированных в основном на торговлю крупными пакетами.

3. Сектор размещения и торговли для непубличных компаний, используемый для привлечения финансирования для стартапов и растущих компаний, не имеющие возможности к размещению и обращению на полноценном публичном рынке.

Не смотря на все позитивные факторы создания такой торговой системы, участникам, не зависимо от сферы, размеров и временных параметров своего функционирования, желающим выйти в сектор ИРК ММВБ выставляются следующие жёсткие требования:

- существенная часть выручки эмитента формируется за счёт осуществления им хозяйственной деятельности в отраслях, связанных с применением инновационных и высоких технологий;

- капитализация эмитента должна составлять не менее 100 млн. руб. и не более 5 млрд. руб.;

- объём выпуска составляет не менее 15 млн. руб. (в случае допуска к торгам в секторе ИРК облигаций).

Отметим, что система фондовых торгов по объектам интеллектуальной собственности, инновационными технологиями и высоких технологий должна быть подконтрольна органам власти (в частности, регулирующим ценовую, финансовую, социальную политику), институтам управления инновациями и самим организациям, по которым проводятся торги.

Система бесконтрольных торгов (а как показала практика – рынок не является регулятором самого себя), особенно подкреплённая эйфорийными ожиданиями ралли по стоимостному курсу определённых групп активов приведут к возникновению такого негативного явления, которое В. Полтерович выделил причиной возникновения «инновационных пузырей», способных спровоцировать отчасти «инновационную паузу» [1].

Контроль необходим в части установления справедливой цены на объекты торгов. Подобная мера позволит избежать риска спекулятивного (а значит и искусственного, не соответствующего реальному положению дел) раздувания цен на активы. Если же подобных мер принято не будет, то вероятность появления и «сдувания искусственного созданного ценового пузыря» может резко возрасти, что естественно будет существенным образом способствовать снижению интереса со стороны портфельных и частных инвесторов к инновациям. Такая ситуация естественно образом негативно скажется на компании - инноваторе в части, сначала - повышения её капитализации, а после - обвале её финансового положения, что, по аналогии со многими компаниями, которые присутствовали на рынках (пример с автокомпаниями и ипотечными фондами), будет способствовать цепному обвалу торгов по смежным отраслям.

Литература

1. Полтерович В. Гипотеза об инновационной паузе и стратегия модернизации // Вопросы экономики. 2009, №6. – С. 4-17

Разработка эффективной инновационной стратегии на предприятиях в современных условиях

В современных условиях повышения эффективности производства можно достичь в основном за счет развития инновационных процессов, получающих конечное выражение в новых технологиях, новых видах конкурентоспособной продукции. Поиск и использование инноваций непосредственно на предприятиях является актуальной проблемой. Развитие новых технических и организационно-технологических решений, совершенствование основных принципов управления возможны только при выборе подходящей инновационной стратегии. В настоящее время, становясь критически важным элементом общей стратегии, инновационная стратегия призвана связать приоритеты перспективного развития предприятия с уровнем его потенциальной инновационности, сделать новое качество производства и управления главным инструментом достижения цели предприятия. Только те предприятия, которые ориентированы на постоянное технологическое, кадровое и организационное совершенствование, могут рассчитывать на успех в долгосрочной конкуренции.

С точки зрения системы стратегического управления выделяют несколько подходов к определению стратегии. В первом подходе стратегия - это конкретный долгосрочный план достижения некоторой цели. Такой подход основывается на том, что все возникающие изменения предсказуемы, происходящие в среде процессы носят детерминированный характер и поддаются полному контролю и управлению[1]. Во втором подходе под стратегией понимается долгосрочное качественно определенное направление развития предприятия, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы внутривыпускных отношений, а также позиций предприятия в окружающей среде[1]. При таком понимании стратегию в общем виде можно охарактеризовать как выбранное направление деятельности, в рамках которого оно должно привести организацию к достижению стоящих перед ней целей.

Итак, стратегию можно определить как детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии предприятия и достижение его целей. Стратегическое управление организацией - это основа современного менеджмента в условиях постоянных изменений окружающей среды, ужесточающейся конкуренции. При этом наиболее сложны в управлении инновационные стратегии развития организации.

По большому счету, инновационная стратегия развития – это тот же комплекс мер и действий, направленный на перспективное развитие предприятия и увеличение дохода. Отличие от других стратегий заложено в самом названии. Инновационная стратегия отличается тем, что является новой для данного предприятия или рынка, для потребителя, для отрасли. Помимо этого инновационная стратегия включает принципиально новые управленческие решения, принимаемые с учетом специфики отрасли, в которой функционирует предприятие, а также с учетом специфики самого предприятия.

Таким образом, под инновационной стратегией следует понимать совокупность мер в среднесрочной и долгосрочной перспективе по разработке и внедрению новшеств, воспроизводимых на производстве и востребованных на рынке[2].

Можно выделить следующие виды инновационных стратегий[3].

1. Наступательная стратегия. Характеризуется большим риском и быстрой окупаемостью в случае успеха новшества на рынке.. При наступательной стратегии необходима ориентация на исследования (во многих случаях даже на фундаментальные) в сочетании с применением новейших технологий. Этот вид стратегии требует высокой квалификации при разработке

нововведений, умения быстро реализовать новшества и способности предвидеть рыночные потребности. Она характерна для крупных объединений и компаний, когда в отрасли доминируют несколько компаний при наличии слабого лидера. Но наступательная стратегия может быть реализована и небольшими предприятиями (особенно инновационными организациями), если они концентрируют усилия на одном или двух инновационных проектах.

2. Оборонительная стратегия основана на быстром внедрении имитационных реактивных нововведений в ответ на действия конкурентов. При защитной стратегии предприятия отличаются высоким уровнем техники и технологии производства, качеством выпускаемой продукции, относительно низкими издержками производства и пытаются удержать свои рыночные позиции. Такую стратегию используют предприятия, которые получают значительную прибыль в условиях конкуренции.

3. Лицензирование (поглощающая стратегия). Основывается на приобретении лучших научно-технических результатов, полученных другими предприятиями в ходе НИОКР. Инновации настолько разнообразны по степени сложности и новизны, что даже крупные объединения (компании), имеющие мощные подразделения по инновационным разработкам (службы НИОКР), не могут осуществлять работы по всему спектру эффективных нововведений. Поэтому многие из них инновационную политику проводят не только на основе использования нововведений, полученных собственными силами, но и с учетом возможностей использовать инновации, разработанные другими.

4. Промежуточная стратегия связана с поиском рыночных ниш. При промежуточной инновационной стратегии предприятия (в основном небольшие) заполняют пробелы в специализации других предприятий, включая доминирующих в своей отрасли. Анализ экономической обстановки и внешней среды, проводимый при выборе стратегии, выявляет такие пробелы (ниши) в наборе выпускаемых новшеств.

5. Создание нового рынка. Связано с радикальными инновациями. В этом случае можно добиться высокой нормы прибыли без существенного риска. Примером использования данной стратегии служит Диснейленд.

6. «Разбойничья» стратегия позволяет применять новые передовые технологии сильным в технологическом и производственном отношении, но неустойчивым на рынке предприятиям для предложения нового продукта тогда, когда это новшество уменьшает общий объем рынка.

7. Привлечение специалистов. Эта стратегия позволяет приобрести знания, опыт, навыки, а в некоторых случаях - ноу-хау с минимальными затратами. Привести примеры сложно, так как случаи сманивания ведущих специалистов или команд не афишируются.

8. Приобретение компаний. Эта стратегия часто используется крупными предприятиями в отношении мелких фирм, работающих над перспективными проектами и осуществивших стартовый этап работ.

Таким образом, выбор инновационной стратегии зависит от многих факторов: рыночной позиции фирмы и динамики ее изменения, производственного и технологического потенциала предприятия, вида производимого на фирме товара, а также внешних факторов. Использование инновационной стратегии предприятием является важнейшим инструментом, обеспечивающим конкурентоспособность выпускаемых товаров и возможность увеличения прибыли, получаемой предприятием в результате хозяйственной деятельности.

Литература

1. Организация и управление нововведениями: Учеб. пособие / Под ред. Ю.П. Анисимова, С.Н. Каруна, Ю.А. Шипилова – Воронеж: ВПИ, 1993.
2. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. В.А. Швандара, В.Я. Горфинкеля. – М.: Вузовский учебник, 2004.
3. Воробьев В.П., Платонов В.В., Рогова Е.М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. / Под ред. С.Ю. Шевченко. – СПб.: ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов», 2005.

Использование идеи дифференциации в экономическом развитии в XXI веке

На мой взгляд, наиболее актуальной в XXI веке будет идея дифференциации, ухода от стандартов. Основа успеха – это быть не похожим на других.

Древний нефизический закон (системный анализ учитывает его) постановляет, что в духовном мире притягиваются подобные силы (в физическом мире притягиваются противоположные энергии). Поэтому с точки зрения духовного взаимодействия поток заимствования опыта других стран часто деструктивен и приводит к искажениям [1,2].

Все, что мы можем увидеть или ощутить, относится к одной из двух противоположностей. Это две великие силы, которые четко прослеживаются в окружающем нас мире: черное-белое, земля-небо, мужское-женское и т.д.. Эти универсальные противоположности, чтобы остаться противоположностями, никогда не должны приходиться в соприкосновение и смешиваться друг с другом, иначе они теряют свою суть, происходит погашение любой индивидуальной силы, единение, нейтрализация, но не реальное движение. Движение начинается лишь при условии отсутствия равновесия, при превалировании той или иной полярности, причем в направлении более слабой силы – именно туда, куда особенно нужно (это касается духовных идеалов и саморазвития, а не физического взаимодействия). Истинная цель духовного развития лежит не в единении противоположностей, но в отсутствии противоположностей внутри себя, внутри души. Нет универсальных истин, она меняется от культуры к культуре, т.к. у каждого своя судьба и свое предназначение.

В XX веке управление было нацелено на создание стандартных схем. В 50-60 годы возникла идея универсального менеджмента. Американский менеджмент рассматривался как эталон, т.к. американская экономика дает в эти годы лучшие результаты. Затем возникла идея интегративного менеджмента, прежде всего, совмещения лучших черт американского и японского опыта. Наблюдается стремление к сочетанию своего опыта с достижениями мировой управленческой практики. Затем появилась концепция различного менеджмента: различные системы управления имеют право на существование, т.к. они конкурентоспособны и тесно связаны с национальной культурой. Сейчас разворачивается мощный процесс глобализации. Бизнес становится интернациональным, но люди, участвующие в нем, сохраняют национальные черты. Всего скорее, эффект глобализации может проявиться в том, что больший акцент будет делаться на управлении разнообразием. Остро проявится потребность сохранения разнообразия и использования его преимуществ в международном разделении труда.

Данное развитие управленческой мысли является достаточно логичным с точки зрения системного подхода в разрезе динамических системных матриц. Рассмотрение любого вопроса, при системном подходе, может быть активным и реактивным. Реактивное рассмотрение опирается при анализе и прогнозировании событий на прошлое, отталкивается именно от него. Активное рассмотрение занимается анализом предупреждающего развития, рассматривая внутреннюю стрелу времени из будущего в прошлое. Именно активное рассмотрение дает нам ключ к рассмотрению проблемы индивидуального и универсального в менеджменте (и в том числе в отношении к труду людей разных национальностей). Развитие человека (и с определенными допущениями общества) можно рассматривать как ряд взаимосвязанных этапов становления личности: индивид – это фиксация, рождение, универсальный образ; субъект – накопление, отдельные направления и части более глубоко прорабатываются; личность – проявление, у каждого свое, упор на дифференциацию; индивидуальность – различие, индивидуальное использование и взаимодействие людей.

Итак, в целом, можно принять, что догонять уходящий поезд – дело не очень перспективное. И даже если что-то и можно заимствовать, то, скорее всего, в рамках научно-технического прогресса, но отнюдь не экономику, образ жизни, идеологию, культуру.

Литература

1. Толкачев В.К. Роскошь системного мышления. Руководство-практикум по развитию мышления. – СПб, Центр практической психологии «Эмпатия», 1999. – 350 с.
2. Сычева О.А. Отношение к труду россиян и американцев: сравнительный анализ с использованием динамических системных матриц / Современные подходы к управлению: теория и практика: монография / Под общ. ред. Н.В. Чайковской. – Муром: Изд.-полиграф. центр МИ ВлГУ, 2011. – с.53-76.

Виртуальная организация как новая форма управления

Развитие интернет – пространства и его расширение, привело к появлению новой формы организации, такой как *виртуальная организация*. Это одна из самых новых форм организации. Она заставляет нас переосмысливать существующие формы управления организацией. В новой форме организации появилась специфика управления, которую необходимо совершенствовать, адаптировать и применять.

Можно выделить следующие факторы, способствующие появлению новой формы управления виртуальной организацией:

- Высокая скорость изменений на рынках.
- Гиперконкуренция.
- Расширение интернет – пространства.
- Быстрое изменение пожеланий потребителя.

Определения виртуальных организаций, как правило, слишком абстрактны. Это не удивительно, так как сама концепция намеренно не структурируется, и остается подвижной, чтобы, по крайней мере, избежать жесткой иерархии и бюрократизации, которые нередко присущи традиционным организациям [1, 2].

Так как современный мир изменяется, изменяются и формы организации бизнеса.

Смешанные формы: можно выделить виртуальную организацию в форму Гибрид, имеющую отношение по большей части, как к агентствам для совместной работы, которые объединяют «основные компетенции, ресурсы и возможности работы с клиентами». В этом случае как результат возможно снижение затрат в расчете на одного сотрудника и на проект [2].

Явными плюсами виртуальных организаций являются:

- Незначительная физическая структура: у виртуальных организаций она существенно менее развита, чем у традиционных. Материальные активы виртуальных организаций, например, офисные здания, склады, не так велики, и те, что имеются в наличии, как правило, распределены географически.

- Доверие коммуникационным технологиям: виртуальные организации определяются так же, как новая модель организации, в которой технологии используются для динамической связи людей, активов и идей.

- Мобильность работы: использование сетей коммуникаций, а не зданий и физических активов означает, что в наше время физическое местоположение работы менее важно.

- Отсутствие границ и вовлечение: виртуальные организации способны объединять поставщиков и дистрибьюторов в такие тесные цепочки поставок, что бывает трудно заметить, где кончается одна компания и начинается другая. Благодаря не привязанности сотрудника к рабочему месту в офисе виртуальные организации могут иметь сотрудников в разных странах, и сотрудники могут работать на дому. Это приводит к экономии на аренде помещений и большей глобализации организации.

- Гибкость: виртуальные организации можно формировать из различных элементов для реализации определенной бизнес - цели и демонтировать после ее достижения. Кроме того, удастся быстро реструктурировать и заново развертывать активы, если этого требует изменившаяся стратегия. Так как эксплуатационные издержки низки, то снижаются затраты и риски при реализации радикальных изменений курса [3].

Минусы у виртуальных организаций также существуют:

- Уязвимость интернет – систем.

- Перебои в работе интернет – ресурсов.

Осуществление подбора можно проводить из основного массива молодых специалистов, по средствам массового рекрутинга, с дальнейшим профотбором и обучением. При этом виртуальная организация будет экономить деньги, снимая на несколько недель комплекс для обучения специалистов.

Иерархичность системы в большинстве виртуальных организаций является крайне малой. Это связано с тем, что в современном мире решения надо принимать крайне быстро, чтобы не упустить выгоду, обеспечить ее максимизацию. В иерархической системе приходится связываться в случае нештатных ситуаций с вышестоящим звеном управления, чтобы принять решение и воплотить его в жизнь. В виртуальных организациях каждый сотрудник самодостаточен в своих правах, и он является равноправным участником команды, соответственно работник может самостоятельно принимать решения.

Первым шагом перехода в виртуальную организацию, будет переход каждого звена к открытию информации для всех звеньев организации. Здесь мы теоретически можем предположить, что благодаря открытой информации, звенья смогут более конструктивно строить планы своих взаимодействий, что в итоге должно будет приводить к повышению эффективности работы организации.

При проведении первого шага реструктуризации мы сможем увидеть, что менеджеры команд смогут принимать активное участие в работе не только на своих рабочих местах, но и в корпоративных звеньях более высоких подразделений, что существенно увеличивает эффективность взаимодействия и понимания в решении проблем конкретных звеньев. При этом в самих звеньях начнут выявляться и выделяться наиболее профессиональные специалисты, что должно опять же приводить к повышению эффективности.

На втором шаге реструктуризации предприятия в виртуальную организацию, менеджер будет постепенно переходить к представительским функциям и по факту только передавать информацию от своих звеньев в высшие уровни организации.

После указанных преобразований иерархическая система управления в организации должна будет перейти к структурной сетевой форме, в которой менеджер является лишь передатчиком информации и непосредственно проверяющим контролёром над исполнителями. При этом за исполнителями закрепляются все права на принятие решений: как делать?; что делать? Крайне важным является ещё понимание всей полноты ответственности сотрудника за свои действия. Инициатива, подотчетность распределяется на каждого представителя виртуальной организации в полной мере.

Крайне важным шагом к становлению виртуальных организаций и их формы управления, является создание возможности не закрепляться за определённым юридическим адресом. Шагом в сторону развития интернет – пространства, может стать электронная государственная регистрация, своеобразная юридическая регистрация организации, которая сократит время регистрации, позволит создавать свободные, но одновременно зарегистрированные, электронные образовательные учреждения. Тем самым, даст возможность развития науке и образованию в интернет – пространстве.

Подводя итог, можно прийти к выводу, что управление виртуальной организацией осуществлять достаточно сложно. При этом каждому сотруднику необходимо понимать, что весь груз ответственности за свои действия и вся оценка потребителями деятельности компании падает на его плечи. Но при квалифицированной и сплочённой команде специалистов есть возможность проводить эффективное управление с наименьшими затратами и большими прибылями. Соответственно гибкость и быстрое реагирование на изменения потребительского спроса делают виртуальное управление ключевым способом достижения успеха на конкурентных рынках.

Литература

1. Беликова В. Аутстаффинг: проблемы применения и пути их преодоления// Менеджмент и менеджер. 2007, № 6.

2. Катаев А.В. Виртуальные бизнес-организации СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2009.
3. Ball, McCulloch, Jr. International Business // The challenge for global competition, 6th edition. New York: Irwin. 1996.

Основы управление научным заделом оборонного предприятия

В современных условиях хозяйствования инновационная деятельность оборонных предприятий, сформировавшая формирующая научный задел в настоящем и для будущего использования, приобретает все большее значение, как для успешной финансовой деятельности отдельных экономических субъектов, так и для экономического развития страны в целом, являясь одним из базовых элементов эффективной стратегии и важным инструментом приобретения и сохранения конкурентных преимуществ. При этом качественные изменения среды бизнеса порождают необходимость непрерывных и принципиальных инноваций в текущей деятельности, поддерживаемых соответствующими средствами управления, включая планирование, учет, контроль и анализ.

Сложность и противоречивость процесса интеллектуализации хозяйственных отношений, а также специфика решения задач интеллектуального внутрикорпоративного воспроизводства обуславливает необходимость уточнения и детализации субъектно-объектной целостности управления научным заделом оборонного предприятия. Данная целостность объективно предопределяется «сущностным единством» самого научного задела, под которым понимается система актуализированных созидательно-инновационных знаний, используемых предприятием для воспроизводства жизненных ценностей. Постоянное формирование и развитие интеллектуального знания и, следовательно, востребованный процесс сознательного воздействия на динамику создания и использования актуальных корпоративных знаний, начиная с этапа их возникновения (актуализации), и завершая этапами их капитализации и последующей коммерциализации, требует от специалистов разработки современного инструментария управления заделом оборонных предприятий.

Следует подчеркнуть, что основной целью управления научным заделом оборонных предприятий является обеспечение максимально возможной высокой эффективности интеллектуального корпоративного капитала, а также сохранении его качества, актуальности и работоспособности. Основу научного задела оборонного предприятия составляет интеллектуальная собственность и инновации. Особую актуальность при управлении научным заделом приобретает оценка объекта знаний (интеллектуальный капитал) способом, который, по мнению эксперта-оценщика, дает наиболее адекватную оценку рыночной стоимости изучаемого объекта. При этом появляется возможность управления стоимостью интеллектуального капитала промышленного предприятия (алгоритм представлен на рис.1). Безусловно, стоимостная оценка интеллектуальной собственности, а также интеллектуального капитала промышленного предприятия представляет определенную сложность ввиду недостаточной проработки отдельных методических вопросов в связи с отсутствием единства взглядов в отношении понятийного аппарата, многообразия классификационных признаков, а также минимального практического опыта такой оценки. Тем не менее, введение в практическую деятельность аналитиков понятий и категорий, объясняющих процесс накопления знаний с последующей их трансформацией в интеллектуальный капитал хозяйствующего субъекта, дает возможность расширить горизонты экономических исследований до границ/показателей, слабо поддающейся стоимостной оценке.

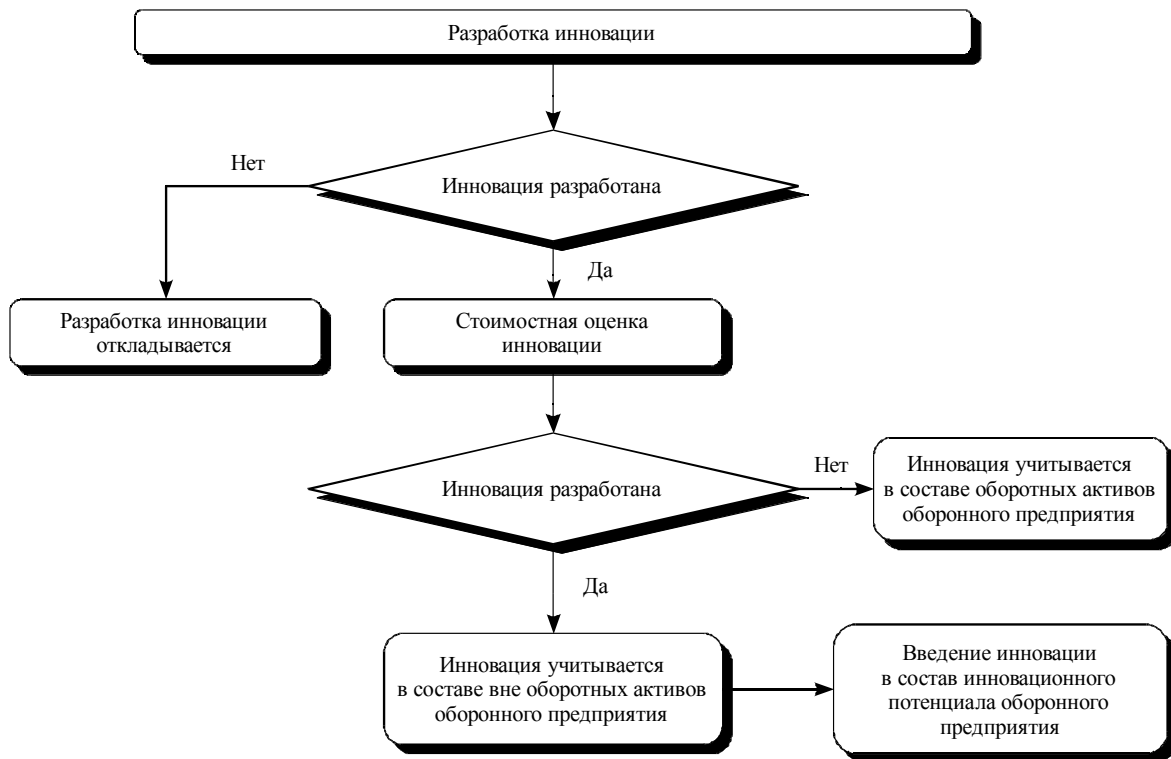


Рис.1. Алгоритм оценки научного задела

Инвестиционная привлекательность как ключевой фактор развития национальной экономики

1) Одной из главных задач, стоящих перед инвестором, является выбор в качестве объекта инвестирования таких проектов, которые имеют наилучшие перспективы развития и смогут обеспечить максимальную доходность при приемлемом уровне инвестиционного риска. В основе такого выбора лежит оценка инвестиционной привлекательности потенциальных проектов.

2) Большинство экономистов подчеркивают комплексный характер инвестиционной привлекательности, ее высокую корреляцию с такими категориями инвестиционного рынка как инвестиционный потенциал, инвестиционный климат, инвестиционная политика, инвестиционные риски. Взвешенная оценка вышеуказанных параметров позволяет инвестору выйти на проекты с требуемыми параметрами.

3) Инвестиционная привлекательность предприятия в существенной мере определяется инвестиционной привлекательностью отрасли, региона и национальной экономики. В свою очередь, инвестиционная привлекательность предприятий во многом определяет инвестиционную привлекательность отрасли, в которой они функционируют. Аналогично инвестиционная привлекательность предприятий отдельного региона формирует инвестиционную привлекательность региона, из которых в последующем складывается инвестиционная привлекательность национальной экономики в целом.

4) Очевидно, что методический аспект оценки инвестиционной привлекательности должен основываться на таких принципах как транспарентность, динамичность, системность, комплексность и специфичность.

5) Наиболее доступной и популярной формой представления результатов оценки инвестиционной привлекательности являются рейтинги инвестиционной привлекательности, которые, однако, отражают субъективный взгляд рейтинговых агентств без учета специфических требований конкретного инвестора.

6) Универсальным комплексным критерием инвестиционной привлекательности организаций служит качественный уровень менеджмента. Для оценки этого уровня потенциальный инвестор должен рассмотреть финансово-экономические показатели компании, динамику кредиторской и дебиторской задолженностей, наличие долгосрочных устойчивых связей с клиентами и поставщиками основных ресурсов, кредитными организациями, инвесторами, технико-экономический уровень основного производственного капитала, выстроенные отношения с государственными органами. Наличие у компании корпоративной стратегии, обоснованной технической политики и конкретных инвестиционных проектов повышает ее привлекательность в глазах инвестора.

7) Инвестиционная привлекательность отрасли находится в прямой зависимости от уровня перспективности ее развития, определяемого не только текущей значимостью отрасли в национальной экономике (соотношение удельного веса продукции отрасли к ВВП), ее социальной функцией (количество занятых в отрасли, средний уровень оплаты труда), государственной поддержкой (объем государственных вложений в отрасль), сколько устойчивостью к финансовым кризисам, способностью функционировать в условиях экономического спада. Среднеотраслевую рентабельность следует оценивать не только в ретроспективе, но и делать поправку на текущие крупномасштабные проекты, технологические усовершенствования и внедрения более эффективных методов производства в смежных отраслях – потенциально данные изменения затронут и рассматриваемую отрасль.

8) Главный ресурс и одновременно инструмент эффективного инвестиционного менеджмента - многоуровневый и многосубъектный диалог бизнеса и государства при активном участии

гражданского общества. Такое управление есть ключевой элемент интенсивного и эффективного осуществления долгожданных качественных перемен в экономике, ее модернизации и диверсификации.