

$T_{п-п.р}$ – время простоев в планово-предупредительных ремонтах, ч; $T_{техн}$ – время простоев оборудования по технологическим причинам (загрузка, выгрузка, продувка и т. д.), ч.

7. Определяется моральный износ оборудования по формуле

$$Y' = \Phi_{бал} - \Phi_{восст} = \Phi_{бал} \left[1 - \left(1 - \frac{Y_{пт}}{100} \right)^t \right] \quad [3], \quad (18)$$

где Y'_3 – уменьшение первоначальной стоимости основных фондов; $Y_{пт}$ – среднегодовой темп роста производительности общественного труда, %; t – период времени с момента изготовления или покупки основных фондов до момента определения восстановительной стоимости, лет;

$$k_{мор.из1} = Y'_3 K_{мор.из} = (1 - k_{мор.из}).$$

8. Расчет остатка материальных ресурсов.

Расчетный ожидаемый остаток материальных ресурсов в цехе определяется по результатам работы цеха в периоде, предшествующем плановому:

$$O = O_{ф} + B_{ф} - (P_{о.п} + P_{э.н} + P_{из.п} + P_{бр}) \quad [8], \quad (19)$$

где $O_{ф}$ – фактический остаток на первое число по данным инвентаризации или бухгалтерского учета; $B_{ф}$ – количество отпущенных цеху материалов за весь период; $P_{о.п}$ – фактический расход на основное производство; $P_{э.н}$ – фактический расход на ремонтно-эксплуатационные нужды; $P_{из.п}$ – фактический

расход на изменение незавершенного производства; $P_{бр}$ – расход на брак (оформление актом списания).

Библиографические ссылки

1. Экономика технического обслуживания и ремонта технологического и подъемно-транспортного оборудования машиностроительных предприятий : учебник для технич. спец. вузов / Н. Ф. Ревенко [и др.] ; под ред. Н. Ф. Ревенко и М. Н. Горинова. – Ижевск : Изд-во Иж ГТУ, 1996. – 314 с.
2. Особенности оценки отдельных видов машин, оборудования и транспортных средств / А. П. Ковалев, А. А. Кушель, В. С. Хомяков [и др.]. – М. : Интерреклама, 2003. – 488 с.
3. Экономика технического обслуживания и ремонта оборудования на промышленном предприятии / Т. А. Беркутова, Е. О. Ревенко, В. В. Семенов, А. Г. Схиртладзе. – Екатеринбург ; Ижевск : Изд-во Ин-та экономики УрО РАН, 2007. – 376 с.
4. Семенов В. В. Основные организационно-экономические проблемы повышения эффективности технического обслуживания и ремонта оборудования промышленных предприятий на современном этапе. – Екатеринбург ; Ижевск : Изд-во Ин-та экономики УрО РАН, 2004. – 32 с.
5. Технология машиностроения. – Т. 2. Производство машин / под общ. ред. канд. техн. наук, доцента Мельникова. – М. : Изд-во МГТУ имени Н. Э. Баумана, 1999. – 640 с.
6. Внешний экономический износ имущественных комплексов промышленных предприятий. Методы расчета // Вопросы оценки. – 2005. – № 2. – С. 61.
7. Производственный менеджмент : учебник для вузов / под ред. проф. С. Д. Ильенковой. – М. : Юнити-Дана, 2000. – 461 с.
8. Кожекин Г. Я., Синица Л. М. Организация производства. – Минск : Экоперспектива, 1998. – 266 с.

N. M. Mezrina, Applicant, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

Methodology of Equipment Market Value Calculation

The methodology of calculating the market value of equipment is presented in this paper.

Key words: market value of equipment, cost of reproduction, rate of physical wear, coefficient of functional wear, ratio of external wear, coefficient of obsolescence.

УДК 338.24

А. Л. Кузнецов, доктор экономических наук, профессор, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

В. Х. Трибушная, кандидат экономических наук, доцент, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Разработаны принципы интеграционного подхода к формированию иерархической структуры стратегий промышленного предприятия, ядром которой является инновационная стратегия, объединяющая бизнес-стратегии и функциональные стратегии.

Ключевые слова: стратегическое управление, инновационная стратегия, интеграционный подход, иерархическая структура стратегий.

Повышение уровня инновационности российской экономики невозможно без выбора путей новой индустриализации России и создания современной модели промышленного

развития в условиях преодоления последствий инновационной стагнации. Россия делает ставку на высокотехнологичные отрасли и секторы экономики [1]. В настоящее время многие предприятия находятся

в стадии реорганизации. Вместе с тем, как показывает практика, руководители многих предприятий в России нередко принимают управленческие решения по реорганизационным мероприятиям, в основном опираясь на свой профессиональный опыт и интуицию, предпочитая административное управление стратегическому менеджменту, процессам разработки и осуществления стратегии.

Слабые стороны предприятий, связанные с формированием и реализацией стратегий, обуславливаются объективными и субъективными причинами. Разработка и реализация стратегий требует значительных затрат финансовых ресурсов, использование которых должно обеспечивать получение соответствующей отдачи. Однако отдельные стратегические решения, принимаемые на основе опыта и интуитивных методов управления, не позволяют установить систему стратегических целей, а локальные цели в итоге не обеспечивают получение ожидаемой отдачи. Особенно это относится к инновационной стратегии, вопросы влияния которой на достижение корпоративных целей развития, целей деловых и функциональных стратегий исследованы недостаточно, как и вопросы взаимосвязи инноваций и крупного производственного бизнеса. В современных условиях без инновационных стратегий невозможно реализовать корпоративную и деловую стратегии и успешно конкурировать на рынке. С целью поиска путей решения этой проблемы проводится исследование инновационных стратегий промышленного предприятия. Разработка новых аспектов применения стратегического управления в сфере инновационного развития промышленного предприятия является важнейшей научной задачей, что и определяет ее актуальность. В данной статье ставится задача поиска принципиально нового подхода к инновационному развитию предприятия на основе стратегического управления, обеспечивающего целенаправленность стратегических решений и взаимосвязь стратегий. Значение исследования для теории и практики состоит в интеграционном подходе к установлению принципов взаимосвязи инновационной стратегии в иерархической структуре стратегий.

Изучение и анализ существующей ситуации на российских промышленных предприятиях показывает, что решение вопросов применения стратегического управления связано с целым рядом трудностей, как практического, так и теоретического характера. Наряду с традиционной теорией стратегического менеджмента, представленной в трудах многих зарубежных ученых и практиков, а также отечественных ученых, отдельные современные теоретические подходы еще не завершены и требуют своего развития. В частности, на изменение традиционных стратегических парадигм воздействует глобализация и ужесточение конкуренции в мировой экономике. Кроме того в экономике России возникают новые конкурентные условия в связи с ее вступлением в ВТО.

В качестве принципиально нового подхода к инновационному развитию предприятия с применением

стратегического управления ставится и решается интеграционная задача формирования иерархической структуры стратегий предприятия. В основе предлагаемого интеграционного подхода инновационная стратегия образует «ядро» иерархической структуры стратегий предприятия, объединяя в систему переменные бизнес-стратегии и активизируя функциональные стратегии. По мнению шведского ученого и экономиста-практика Б. Карлофа, формирование функциональных стратегий – неподнятая целина менеджмента, где, возможно, скрыты огромные резервы эффективности.

Уделяя внимание функциональной стратегии, можно более результативно воздействовать на величину вклада функционального подразделения в общее дело и на величину затрат на финансирование данного подразделения [2]. В работе «Деловая стратегия» (1989 г.), которая приобрела широкую известность на Западе, Б. Карлоф обосновал необходимость разработки принципиально новой конкурентной стратегии для современной фирмы, так как серийный товар потерял свою привлекательность и требуется согласовывать задачи эффективного использования ресурсов фирмы с меняющимися запросами покупателей и создавать инновационные продукты, удовлетворяющие спрос.

В настоящее время в научной литературе существуют различные точки зрения на сущностное содержание терминологии в сфере инновационной деятельности. Достаточно разнообразными являются определения термина «инновация». Конкретность подхода к исследуемой проблеме требует уточнения понятийного аппарата, определяющего сущность инноваций, инновационной стратегии и механизмы инновационного развития. Наше понимание инновации (нововведения) как реализованного новшества в определенных сферах применения соответствует устоявшемуся определению понятия в профессиональном общении. Инновацию можно определить как развивающийся комплексный процесс создания, распространения, использования новшества, которое способствует развитию и повышению эффективности инновационной деятельности, либо как объект, внедренный в производство. Предметом инновации является новшество. Новшество – научное знание, обладающее новыми или существенно отличающимися от существующего состоянием решениями, полученное в результате интеллектуальной деятельности, законченных научных исследований и разработок. Новшество и инновации имеют различные жизненные циклы.

Инновации являются связующим звеном между научно-техническим прогрессом и качеством жизни в стране, служат залогом интенсивного роста производства, непосредственно влияющего на качество жизни населения. Техническая инновация представляет собой результат инновационной деятельности, получившей реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализованного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельно-

сти. Инновационная деятельность – деятельность, включающая в себя законченные инновационные процессы по трансформации результатов научно-технической деятельности в новый или усовершенствованный продукт и предполагающая целый комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий. Именно в своей совокупности инновационная деятельность приводит к инновациям, распространению и продаже которых на внутренних рынках приводят к инновационному развитию предприятия, а на зарубежных – к повышению его конкурентоспособности.

Сущность современного этапа развития предприятия отражает категория «инновационное развитие», которое представляет собой не только сам процесс инновационного развития, но и развитие системы факторов и условий, необходимых для создания инновационного потенциала для использования в будущем. Под инновационным развитием понимается прежде всего цепь реализованных новшеств в условиях формирования инновационных стратегий. Инновационное развитие должно носить комплексный характер. Процесс инновационного развития более успешен, когда охватывает не локальную область деятельности, а включает в себя также сферы, влияющие на общий результат развития: управление, маркетинг, продажи, обучение персонала, финансы. Инновационное развитие промышленного предприятия должно быть непрерывным. Составляющие инновационного развития: разработка и реализация инновационных проектов; развитие инновационного потенциала на основе инноваций.

Для включения в экономический оборот инновации должны обладать новизной и спросом, обеспечивать прибыльное использование новшеств в виде конкурентоспособных видов товаров, услуг и технологий в сфере научно-технической деятельности, без которых нельзя добиться инновационного развития. Современным инструментом выполнения вышеуказанных требований к инновациям, организации инновационной деятельности с начального этапа разработки новшеств до их материализации, производства, продвижения и продаж нового продукта является стратегия инновационного развития предприятия, реализация которой может обеспечить качество менеджмента и экономики. Стратегия как модель представляет собой заранее продуманный или выстраиваемый по ходу развития событий образ действий и схему поведения на рынке.

При стратегическом планировании разрабатывается план, содержащий сознательно и намеренно разработанную последовательность действий. При этом определяются приоритеты проблем, главные цели и пути их достижения, разрабатывается дерево целей, анализируются альтернативные стратегии, делается выбор стратегии, составляется программа ее реализации, включая ресурсы, требуемые для достижения целей. В процессе стратегического планирования требуется найти ответы на следующие вопросы:

- какие заказчики будут у предприятия, на каких рынках оно будет работать;
- какие деловые процессы должны развиваться на предприятии;
- каковы внешние факторы, влияющие на результаты бизнеса предприятия;
- какая новая продукция или новые услуги будут предлагаться предприятием;
- какие специфические параметры предприятия нужно больше всего развивать;
- какие финансовые, материально-технические и людские ресурсы потребуются для реализации выбранной стратегии.

Стратегическое планирование создает единое направление действий по инновационному развитию, а стратегия показывает, как необходимо управлять деятельностью предприятия в течение нескольких плановых периодов, чтобы можно было достигать инновационных целей и успеха на рынке, что потребует для этого, какие ресурсы необходимы и какие риски возможны на этом пути. Очевидно, что стратегия является частью процесса управления предприятием и обуславливает необходимость стратегического управления.

Стратегическое управление должно быть в центре системы управления предприятием, так как применение его методов позволяет определить, в каком положении предприятие находится в данное время, какие инновационные стратегии можно формировать, каким способом можно осуществлять инновационное развитие, какие стратегические инновации потребуются для достижения целей и желаемого положения в будущем, какие конкурентные позиции предприятие будет занимать через несколько лет. Стратегическое управление предприятием и стратегии объединяют процессы разработки и реализации действий, ведущих к долгосрочному превосходству по уровню результативности его производственно-коммерческой деятельности над конкурентами [3].

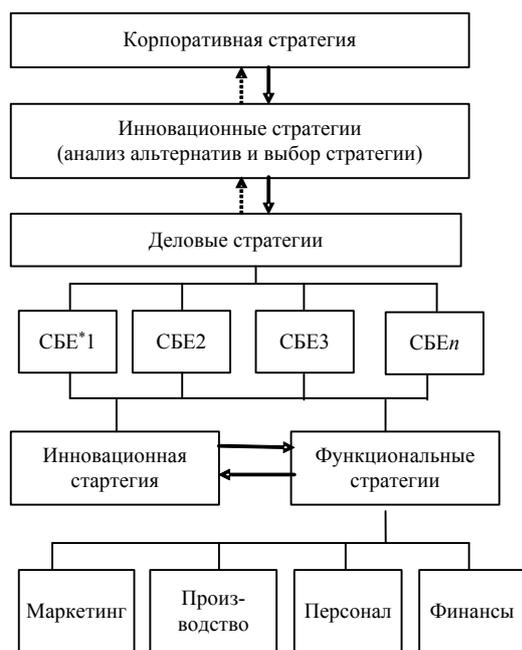
Стратегии предприятия вообще и инновационные в частности направлены на использование и развитие потенциала и разрабатываются как реакция на изменение внешней среды. Корпоративная (портфельная) стратегия предприятия включает решения по использованию потенциала внутренней и внешней среды, обеспечению роста, конкурентных преимуществ, имиджа.

Инновационные стратегии (ИС) предполагают использование потенциала предприятия и рынка для создания новых продуктов или бизнес-моделей, которые генерируют значительную стоимость продукта и меняют правила игры на рынке. Различные виды рыночных факторов и возможностей внутренней среды обуславливают разнообразие инновационных стратегий.

Сущность инновационной стратегии определяет отечественными учеными с разных позиций. Авторы статьи придерживаются понимания инновационной стратегии профессора В. Я. Горфинкеля и профессора В. А. Швандара: «инновационная стра-

тегия – совокупность мер в среднесрочной и долгосрочной перспективе по разработке и внедрению новшеств, воспроизводимых на производстве и востребованных рынком» [4, с. 336]. Одним из главных признаков ИС является целенаправленное определение приоритетов перспективного развития предприятия, целей и путей их достижения. В результате этого создаются новые продукты, пользующиеся спросом на рынке, или технологии, влияющие на качество производства и инновационное развитие. Инновационная стратегия предприятия предполагает формирование образа действий и управляющих подходов, используемых для достижения целей его развития. Сформированная инновационная стратегия, ее инструментарий служат ядром управления в предлагаемом интеграционном подходе к разработке иерархии стратегий. Основу предлагаемого интеграционного подхода к стратегическому управлению инновационным развитием промышленного предприятия составляет анализ альтернативных инновационных стратегий и выбор стратегии, обеспечивающей создание и/или развитие стратегических бизнес-единиц.

В иерархии стратегий предприятия каждый уровень формирует среду управления стратегиями нижнего уровня (см. рис.).



* СБЕ – стратегическая бизнес-единица

Схема взаимосвязи инновационной стратегии в структуре иерархии стратегий

Корпоративная стратегия является портфельной, ее цели и цели инновационной стратегии должны гармонизировать друг с другом. Из рисунка видно, что в результате установления взаимосвязей в иерархии стратегий на деловые стратегии и на блок функцио-

нальных стратегий накладываются цели, требования и ограничения инновационной стратегии.

Интеграционный подход к стратегическому управлению развитием предприятия, основу которого составляет инновационная стратегия, нацелен на исследование, установление, конкретизацию и углубление взаимосвязей между всеми уровнями иерархии стратегий предприятия; инновационной стратегией и содержанием связанного с ней блока функциональных стратегий. Уровни стратегии в предложенной структуре иерархии связаны с областями применения стратегий, для которых они разрабатываются, и образуют своего рода иерархию. На нижнем стратегическом уровне «под зонтом» инновационной стратегии интегрируется блок функциональных стратегий, разрабатываемых функциональными службами как субъектами взаимодействия. Их цели и пути достижения формируются на основе принятых бизнес-стратегий. Основные цели функциональных стратегий, обусловленных ИС, относятся к области распределения ресурсов служб, профессионального кадрового и управленческого обеспечения, результативного поведения функциональных служб в процессе ее реализации. Функциональные стратегии являются стратегиями предприимчивости руководителей служб в координации внутренних ресурсов, увеличении степени надежности и эффективности собственной позиции путем перераспределения ресурсов на разных этапах реализации ИС.

Таким образом, в результате исследования научной проблемы предложен интеграционный подход к формированию иерархической структуры стратегий предприятия, в которой инновационная стратегия образует «ядро», объединяя бизнес-стратегии и блок функциональных стратегий. Интеграционный подход углубляет взаимосвязи между уровнями иерархии стратегий предприятия и между инновационной стратегией, деловыми стратегиями и блоком взаимосвязанных функциональных стратегий. Реализация принципов интеграционного подхода к формированию иерархической структуры стратегий предприятия позволит использовать резервы эффективности функциональных служб в процессе осуществления бизнес-стратегий в контуре инновационной стратегии.

Библиографические ссылки

1. Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 г. – URL: <http://government.ru/gov/results>
2. Карлоф Б. Деловая стратегия : пер. с англ. / под ред. и с послесл. В. А. Приписнова. – М. : Экономика, 1991. – 239 с.
3. Томпсон Артур А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа : пер. с англ. – М. : Вильямс, 2006. – 928 с.
4. Швандар В. А., Горфинкель В. Я. Инновационный менеджмент. – М. : Вузовский учебник, 2006. – 382 с.

A. L. Kuznetsov, Doctor of Economics, Professor, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

V. K. Tribushnaya, PhD in Economics, Associate Professor, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

Principles are developed of the integration approach to formation of a hierarchical structure of industrial enterprise strategies. The kernel of the structure is the innovative strategy that unites business strategies and functional strategies.

Key words: strategic management, innovative strategy, integration approach, hierarchical structure of strategies.

УДК 334(045)

Е. Н. Носков, соискатель, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова
Е. А. Полищук, доктор экономических наук, профессор, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРИИ МОНОПОЛИИ: ЭТАПЫ И ПРОБЛЕМЫ

Проанализированы основные этапы развития теории монополии в рамках экономического мейнстрима, а также с альтернативных позиций. Сформулирована проблема многогранности оценки монополии в рамках экономической теории.

Ключевые слова: монополия, монополия цена, монополия прибыль, предельная выручка, предельные издержки, транзакционные издержки.

Одна из центральных проблем современного экономического развития России и других стран мира – это проблема экономического роста. Серьезным препятствием для решения данной проблемы в России является высокая степень монополизации ее экономики, поскольку она означает сдерживание конкуренции и неоптимальные параметры рынков. Для понимания монополии как проблемы, возникающей на пути развития экономики, необходимо проанализировать эволюцию монополии.

Monopolium est injustum et rei publicae injurium (с лат. монополия несправедлива и для государства вредна) [1] – центральная идея неоклассической школы, мейнстрима экономической науки. Справедливо ли это?

Как только в научный оборот был введен термин «монополия», он стал ассоциироваться с единственным производителем, осуществляющим несправедливую торговлю и получающим сверхприбыль за счет цены, которая обычно выше естественной или конкурентной. Именно признак завышения цен лег в основу римского права в отношении монополий, который гласил, что все монополии и заговоры, целью которых являлось повысить цены, нелегалы (объявляются вне закона) [2]. В результате сформировались основные направления критики монополии: завышенные цены, ограничение предложения товаров, ущерб для общества как результат завышения цены и ограничения предложения товара. Но как таковой теории монополии и теории ценообразования в условиях монополии не было ни у греков, ни у римлян.

Согласимся с Р. Рувером, что первые экономико-теоретические основы монополии и ценообразования в ее условиях можно обнаружить в трудах схоластической школы, посвященных проблемам социальной этики [3]. Схоласты подходили к экономическим проблемам с этической и правовой точки зрения, поэтому их основным интересом была социальная справедливость.

Так, согласно доктрине Святого Фомы Аквинского (1225–1274) теория цены строилась на концепции коммутативной справедливости (*commutative justice*), основой которой являлся принцип абсолютного равенства при обмене товарами или услугами. Центральным же звеном этой концепции было понятие «справедливая цена» (*just price*) – аналог цены в условиях совершенной конкуренции. По их мнению, в отсутствие регулирования справедливая цена устанавливалась общественной оценкой (*common estimation*), т. е. взаимодействием сил спроса и предложения. При этом справедливая цена не обязательно была основана на издержках производства. Так, доктор Сарабия дела Кале заявляет, что «справедливая цена определяется избытком или недостатком товаров, торговцев или денег... а не затратами, трудом или риском» [4]. Ученик Фомы Аквинского Аегидиус Лессинус полагает, что «вещь справедливо оценена, когда продана без обмана, т. е. без хитрых уловок на конкурентном рынке» [5]. Аналог концепции рыночной, или конкурентной цены можно обнаружить у Леонарда Лессиуса, который дает следующее определение справедливой цене: «это цена, которая установлена органами власти, принимая во внимание общественное благо, либо которая определена оценкой общества» [6].

Следовательно, в рамках теории коммутативной справедливости схоластов можно определить два вида конкурентной цены (справедливой цены или общественной):

- цена, формируемая под взаимодействием сил спроса и предложения и без хитрых уловок (естественная цена), так называемое рыночное определение стоимости (*market valuation*);
- цена, установленная государством с учетом общественного блага (цена, установленная законом).

В целом теория монополии схоластов строилась на критике монополии, в основе которой лежали следующие причины. Во-первых, повышая цену, монополисты продавали что-то гораздо дороже, чем