

факторов производства и не объемом инвестиций, а эффективностью инновационных процессов. Однако переход экономики на инновационный путь развития сопряжен с рядом проблем. Одной из основных проблем является правовое регулирование инновационных процессов. Основным недостатком системы нормативного правового регулирования инновационных процессов в России является отсутствие базового законодательного акта, закрепляющего понятие и виды инноваций, перечень и статус субъектов инновационных процессов, их права и обязанности, а также механизмы государственной поддержки [1].

В целом, система нормативного правового регулирования инновационных процессов в Российской Федерации состоит из целого комплекса нормативных правовых актов. Первый уровень нормативного правового регулирования представлен федеральными и региональными законодательными актами, анализ правовых положений которых позволяет говорить об отсутствии в России комплексных концептуальных подходов к регулированию инновационных процессов [2].

Второй уровень нормативного правового регулирования инновационных процессов представлен подзаконными нормативными правовыми актами. Достаточно широкий перечень актов данной группы позволяет говорить о формировании инновационной политики на разных уровнях государственной власти, что, в отсутствие консолидирующего отдельного закона в области инноваций, приводит к фрагментарности и бессистемности правового регулирования общественных отношений в данной сфере.

Третий уровень правового регулирования инноваций составляют локальные акты, принимаемые субъектами инновационной деятельности. Безусловно, в системе источников правового регулирования инновационной деятельности входят также нормы актов международного права.

Основными направлениями законотворчества в области инноваций должны стать разработка и принятие отдельного федерального закона об инновационной деятельности. Данный закон должен занять центральное место в системе актов правового регулирования инноваций.

Список литературы

1. Ивасенко А.Г. Инновационный менеджмент: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, А.О. Сизова. – М.: КНОРУС, 2009.
2. Никонова Я.И., Ивасенко А.Г. Инновационная политика в системе государственного регулирования устойчивого развития национальной экономики // Международный журнал экспериментальных и прикладных исследований. 2011. № 7. С. 147.

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛИЗИНГА: ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ В 2014 Г.

Голубева О.С., Ивасенко А.Г.

Филиал НОУ ВПО «Московский институт предпринимательства и права», Новосибирск,
e-mail: ya_shka@ngs.ru

Еще недавно лизинг был новым явлением для российского рынка. Однако сегодня этот финансовый инструмент настолько популярен, что его все чаще выбирают в качестве альтернативы традиционному кредиту – или, как вариант, предпочитают лизингу факторинг. Разберемся, выгоден ли лизинг по сравнению с кредитом и факторингом, а заодно рассмотрим ситуацию на лизинговом рынке в России.

Согласно проведенному опросу руководителей лизинговых компаний, 67% участников полагают, что объем рынка в 2014 году изменится незначительно ($\pm 5\%$). Результаты опроса за последние три года говорят о том, что прогнозы топ-менеджеров становятся

все более осторожными. Кроме того, 19% респондентов ожидают сокращения рынка (по результатам прошлого года опроса в 2013 году только 10% опрошенных ожидали спада). Оптимистические ожидания на 2014 год были характерны только для 14% руководителей, при этом 6% надеются на рост рынка более чем на 15%. По мнению 84% участников, главными вызовами 2014 года станут низкий уровень спроса, а также ухудшение платежной дисциплины и кредитного качества клиентов. 14% респондентов в качестве ключевого вызова видят рост стоимости фондирования и ограничение доступа к нему. Проблема фондирования годом ранее стояла гораздо острее (30% участников отмечали данную проблему как значимую в прошлогоднем опросе).

Основным драйвером рынка лизинга в 2014 году выступит сегмент авиатехники – так полагают 42% опрошенных респондентов. Почти четверть руководителей видят ключевой потенциал в легковом и грузовом автотранспорте, за строительную и ж/д технику в качестве драйверов будущего года проголосовало только 7% и 2% участников соответственно. Вместе с тем 22% респондентов ожидают высоких темпов роста в прочих сегментах лизингового рынка. Почти три четверти опрошенных руководителей ожидают дальнейшего роста доли операционного лизинга. 15% респондентов проголосовали за значительный рост оперлизинга (рост доли составит более чем 3 п. п.), а 58% – за умеренную динамику (доля оперлизинга вырастет менее чем на 3 п. п.). За возможное торможение сегмента (и, как следствие, снижение его доли) высказались только 10% участников. Примерно четверть участников опроса будут развивать операционный лизинг в 2014 году, почти столько же руководителей лизинговых компаний указали, что уже предлагают его своим клиентам. Еще 18% только собираются разрабатывать данный продукт.

Список литературы

1. Лизинг как инструмент достижения экономического роста / А.Г. Ивасенко, В.Н. Савиных // Вестник Сибирской государственной геодезической академии. 2001. № 6. С. 233–239.
2. http://raexpert.by/related_activities/researches/leasing.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Дорохов Е.Н., Савиных А.Н.

Филиал НОУ ВПО «Московский институт предпринимательства и права», Новосибирск,
e-mail: ya_shka@ngs.ru

Успех предприятия в инновационной экономике определяется тем, насколько эффективно умеют экономические структуры использовать существующие каналы создания инновационной добавленной стоимости (ИДС). Основным из них, безусловно, являются изобретения – продукция с принципиально новыми техническими или функциональными свойствами. Это основной канал создания ИДС. Однако в современной теории управления проводится четкое различие между изобретением как таковым и инновацией – исходя из того, насколько изобретение адаптировано в социальном, культурном и технологическом отношении к меняющимся потребительским предпочтениям [2].

Изобретение, попадая на насыщенный потребительский рынок, не обязательно превращается в коммерческий ценный продукт. Рыночная ценность изобретения зависит от фактора, превращающего «изобретение» в потребительскую «выгоду». Другое звено в создании ИДС – индивидуализация продукта, достигаемая за счет реализации интеллектуальных схем работы с потребителем, непосредственно включая его в процесс создания продукта [1].

В условиях насыщения современного рынка инноваций предельные издержки их создания резко возрастает. Производство каждой следующей успешной на рынке инновации всё более трудно достигнуть с опорой исключительно на собственные силы, оставаясь изолированным от мирового сегмента идей и технологий. Необходим поиск неожиданных идей и комбинаций, как новейших, так и уже существующих инноваций.

Таким образом, в современной экономике новшество, чтобы его коммерциализация была максимально эффективной, больше не может быть просто новым товаром со стандартным набором стоимостных и функциональных характеристик (цена, качество, технология и т.д.) [3]. Поэтому производство обычных товаров и услуг вытесняется производством социально и культурно акцентированных продуктов, предполагающих возможность индивидуализированного исполнения под конкретного клиента и в технологическом отношении соответствующих планке стандартов, задаваемой текущим состоянием сферы идей и технологий.

Список литературы

1. Горин Е.А., Осеевский М.Э. Влияние мирового экономического кризиса на промышленное производство: формирование новой структуры // *Инновации*. – 2010. – № 135. – С. 22-29.
2. Камалов Р.К. Модель управления инновационной деятельностью предприятий в условиях кризиса // *Инновации и инвестиции*. – 2010. – № 1. – С. 101.
3. Ивасенко А.Г. Инновационный менеджмент: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, А.О. Сизова. – М.: КНОРУС, 2009.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ДИСТРИБЬЮТОРСКОЙ СИСТЕМЫ

Жукова А.А., Никонова Я.И.

*Филиал НОУ ВПО «Московский институт
предпринимательства и права», Новосибирск,
e-mail: ya_shka@ngs.ru*

В условиях конкурентной борьбы за потребителей совершенствование деятельности подразделений, осуществляющих сбыт произведенной продукции, входит в число первоочередных задач предприятий. В условиях усиления конкуренции на рынке дистрибуторских услуг, в частности, на рынке обеспечения товарами конечного потребителя, возникает необходимость использования инновационных механизмов предоставления качественных услуг для участников данного рынка. Показатели качества в первую очередь связаны со скоростью доставки товаров, а также предлагаемым ассортиментом. Предоставление конкурентоспособных услуг на рынке дистрибуции в таком случае связано со степенью разветвленности территориальной и продуктовой структуры дистрибуторской компании, что, однако, создает дополнительные сложности в управлении.

Деятельность дистрибутора связана с перемещением товара от производителя до потребителя. Дистрибуторские компании – это компании, работающие в области маркетинга и логистики. Ключевыми компетенциями дистрибутора являются хранение, доставка, перемещение и продажа товара, то есть склад, транспорт и маркетинг.

Задачами дистрибуторских сетей предприятия являются: презентация и продвижение продукции; совершенствование методов работы дистрибуторов; обучение дистрибуторов профессиональным навыкам работы; обеспечение связи между различными дистрибуторами; организация взаимодействия с управленческими структурами предприятия; предо-

ставление информации о свойствах продукции и передовом опыте в профессиональной деятельности.

Среди тенденций развития дистрибуторского бизнеса в России следует выделить: вытеснение с дистрибуторского рынка небольших организаций; укрупнение бизнеса, переход конкуренции на рынке дистрибуторских услуг на новый уровень за счет увеличения доли иностранных розничных сетей в процессе распределения потребительских товаров, формирование сетевых организационных структур компаний-дистрибуторов, экспансию региональных рынков.

Список литературы

1. Шипов А.В. Аспекты обучения персонала дистрибуторских сетей // *Аудит и финансовый анализ*. – 2010. – № 4. – С. 418-421.
2. Никонова Я.И., Казаков В.В. Механизм финансового обеспечения инновационной деятельности экономических систем // *Вестник Томского государственного университета*. 2012. № 364. С. 127-133.
3. Ивасенко А.Г. Инновационный менеджмент: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, А.О. Сизова. – М.: КНОРУС, 2009.

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Кайгородцева О.С., Никонова Я.И.

*Филиал НОУ ВПО «Московский институт
предпринимательства и права», Новосибирск,
e-mail: ya_shka@ngs.ru*

Анализ научных взглядов на сущность финансовой политики показывает, что в последние годы проблемам финансового управления хозяйствующих субъектов посвящается большое количество публикаций. Однако единства взглядов на теоретическую основу используемых категорий не существует.

Несмотря на очевидную теоретическую и практическую значимость понятия «финансовая политика», проблематике ее формирования в условиях инновационного развития экономики уделяется недостаточно внимания не только на уровне отдельных хозяйствующих субъектов, но и на других уровнях системы финансовых отношений [1]. В финансовой науке до сих пор отсутствует однозначное определение данного понятия. Финансовая политика трактуется многими учеными с позиции отождествления ее с денежными доходами, формирующимися у субъектов хозяйствования для реализации своих целей, другими рассматривается с точки зрения источников формирования, что без однозначной смысловой характеристики используемого термина лишает его значения.

Считаем, что финансовая политика – наиболее важный составной элемент общей политики развития коммерческой организации, который представляет собой совокупность мероприятий по целенаправленному формированию и использованию финансов для достижения целей организации. Объектом финансовой политики выступает хозяйственная система и ее деятельность во взаимосвязи с финансовым состоянием и финансовыми результатами [2].

Ключевой целью разработки финансовой политики организации является создание рациональной системы управления финансовыми ресурсами, направленной на обеспечение стратегических и тактических задач ее деятельности. Указанные задачи индивидуальны для каждой организации (например, достижение оптимальной финансовой устойчивости и платежеспособности, рентабельности активов и собственного капитала, увеличение рыночной стоимости и др.). Но вместе с тем можно выделить общие элементы, присущие каждой страховой организации и на этой основе создать систему управления финансовыми ресурсами.