

нановый рынок, как, например, это сделали Райффайзен банк (Австрия), Банк Сосьете Женераль Восток (Франция). Этот рынок представляет интерес для российских банков, в первую очередь, с точки зрения получения дополнительной прибыли; привлечения новой клиентуры.

Необходимо отметить, что существуют различные пути выхода на международный уровень. За банком остается лишь выбор наиболее приемлемого для него варианта.

Существует необходимость осознать полезность использования всех возможностей свободной экономической зоны. СЭЗ – это, в первую очередь, льготные экономические условия, как для национальных, так и для иностранных подразделений. Один из видов СЭЗ – это свободные банковские зоны, которые используются для проведения банковских операций с нерезидентами на условиях, отличных от действующих на внутреннем национальном рынке капиталов. Примерами зон подобного типа являются International Banking Facilities (IBFs) в США и Japan Offshore Market (JOM) в Японии. В таких зонах созданы все условия для сотрудничества национальных и иностранных банков. Но, в этой сфере существует проблема, состоящая в необходимости установления контакта с государством, чтобы оно осознало ценность создания таких зон в России [1].

Учитывая то, что деятельность иностранных банков в России сейчас ограничивается законом, можно было бы выделить специальные территории, на которых эта деятельность при определенных условиях поощрялась бы. Формирование оффшорных зон, учитывая не только положительные, но и отрицательные последствия их статуса и деятельности, весьма сложный процесс. На территории России их вряд ли может быть много. Для каждой должен быть разработан такой механизм, который дал бы оптимальный результат для экономики всей страны.

По мере развития внешней торговли отечественные банки предоставляют российским предприятиям международные инвестиционные банковские услуги. Оказывая эти услуги отечественным предприятиям, банки сами интегрируются в мировую финансовую систему, вступая в экономические отношения с иностранными партнерами.

Скупка активов еще один хороший вариант выхода на внешний рынок (что и является активной деятельностью МДМ банка).

Сделки M&A. Это волшебное словосочетание, на сегодняшний день, дает большое количество возможностей. В банковской сфере, особенно на международном уровне, это как никогда актуально. Хочешь выйти на новый уровень, объединить свои возможности с иностранным китом, чтобы удвоить, а то и утроить свои возможности, M&A именно то, о чем стоит задуматься. Единственная проблема – необходимо обладать чем-то, что может заинтересовать иностранного партнера, и наоборот.

В качестве примера хотелось бы привести одно из крупнейших международных акторов: «Конверс групп» господина Антонова. В состав Международной финансовой группы Конверсбанк входят три российских и два иностранных участника: московские банки – ЗАО «Конверсбанк» и АКБ «Конверсбанк-Москва», красноярский АКБ «ЕНИСЕЙ», литовский Bankas Snoras и латвийский Latvijas Krajbanka [3]. Это является ярким примером сделок M&A.

Необходимо также рассмотреть пример интеграции национального и международного банковского бизнеса. Будет справедливым, обратить внимание на банк одной из наиболее развитой страны в мире – США. Его название – Легион, Bank of America, одна из крупнейших банковских холдинговых компаний в мире. Это яркий пример сделок M&A. Началось все

с банка Италии в штате Калифорния. Уже тогда владелец банка Амадео Джаннини использовал метод нестандартных решений и сделал упор на обслуживание среднего класса, что послужило возможностью для развития филиалов и, в последующем, слиянию с Банком Америки. В это время банк стал крупнейшим в США. В течение своего существования прошел через многие трудности, учитывая разорение, расформирование, приобретение. В результате удачного слияния и поглощения вышел на международный уровень [4].

Что же способствовало такому успеху? Нестандартное решение? Единовременный провал? Везение? Высококвалифицированная политика и управление. Нетрудно представить, что все совершенные сделки M&A были глубоко и тщательно исследованы и изучены. Первостепенной причиной экспансии Банка Америки является объединение большого количества банков сначала на территории США, а затем и за ее пределами.

Могут ли российские банки повторить подобный успех? Стоит еще раз упомянуть высококвалифицированную политику и управление. Немало важным является и умение предсказывать, предвидеть планируемые сделки и их результат, в противном случае возможен полный провал.

Несмотря на суровое банковское законодательство, иностранные банки открывают дочерние банки на территории России. Так, почему бы не использовать возможности? Необходимо сотрудничать. Желая интегрироваться в первую очередь необходимо изучить международный опыт. Профессиональный менеджмент позволит развить структуру уже на международном уровне. В российском банковском бизнесе все еще только впереди.

#### Список литературы

1. Платонова Н.Л. Свободные экономические зоны в Российской Федерации: правовые проблемы создания и функционирования. – М.: Изд-во «Трест», 2001. – 150 с.
2. Шатраков А.С., Комков К.В., Мерсианов А.А. Стоимость предприятий при интеграционном процессе. – М.: Изд-во «Экономика», 2008. – 350 с.
3. <http://www.rb.ru/biz/companies/show/544347>.
4. <http://ru.wikipedia.org/wiki/NationsBank>.

#### ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, ФАКТОРЫ, ЕЕ ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ

Носкова А.К.

*Бердский филиал Новосибирского государственного технического университета, Бердск,  
e-mail: Ya\_shka@ngs.ru*

В широком смысле, производственная программа включает в себя вопросы создания распределения всех производственных ресурсов между новыми и ранее производимыми наименованиями продукции. Более узкая трактовка вытекает из определений ряда авторов и в соответствии с ней в исследовании производственная программа понимается как документ, в котором определяется перспективный план производства различных наименований товаров с указанием объема их выпуска.

Производственная программа призвана, главным образом, определять объем и номенклатуру выпускаемой продукции. Задача планирования объема выпуска связана с согласованием объемов производства и объемов сбыта. В значительной степени ее сложность зависит от того, выпускает предприятие один или несколько видов изделий, а также от постоянства объема сбыта на протяжении длительного периода (в том числе от наличия цикличности в потреблении). Задачей планирования ассортимента является учет интересов, как сбытовых отделов предприятия, заинтересованных в изготовлении по возможности широкого ассортимента продукции, так и производственных подразделений,

которые не заинтересованы в частой переналадке оборудования и использовании разных технологических режимов и схем. Многономенклатурные производства в первую очередь заинтересованы в учете складывающихся потребностей рынка для формирования такой производственной программы, которая будет способствовать целям развития бизнеса.

Исследование проблем формирования производственной программы на промышленных предприятиях позволило выявить основные внешние и внутренние факторы. К внешним факторам мы относим: развитие технологий; демографические процессы; налоговый и инвестиционный климат; макроэкономическую ситуацию; развитие сырьевых рынков; конъюнктуру рынка; жизненный цикл продукции; инновационную и конкурентную активность предприятий; специфику потребительского спроса. Внутренние факторы включают: производственно-технические факторы, факторы кадрового оснащения, факторы финансового положения, факторы инновационной деятельности, коммерческие, маркетинговые и управленческие факторы. Как показал анализ, влияние на производственную программу как внешних, так и внутренних факторов, может носить стимулирующий и сдерживающий характер.

Сформированная производственная программа требует постоянного контроля ее выполнения, отслеживания изменений во внешней и внутренней среде для принятия решения о своевременной корректировке.

#### РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Павлюк В.Г., Никитин А.И.

Научно-исследовательский университет «Белгородский государственный университет», Белгород,  
e-mail: Vlad\_is\_love\_lk@mail.ru

Внедрение инноваций все больше рассматривается российскими компаниями как единственный способ повышения конкурентоспособности производимых товаров, поддержания высоких темпов развития и уровня доходности. Поэтому компании, преодолевая экономические трудности, начинают своими силами внедрять во все управленческие аспекты инновационные идеи. Важным фактором, побуждающим руководство хозяйствующих субъектов к разработке инноваций является желание вести не только инновационную деятельность, но и осуществлять эффективный процесс разработки и реализации стратегии своего социально-экономического развития.

Вследствие этого повышается значимость наличия инновационного потенциала предприятия, который включает в себя совокупность следующих ресурсов: интеллектуальные, материальные, финансовые, кадровые, инфраструктурные, иные ресурсы, необходимые для осуществления инновационной деятельности [1].

Инновация — это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьезно повышает эффективность действующей системы [2].

Термин «инновация» стал активно использоваться в переходной экономике России как самостоятельно, так и для обозначения ряда родственных понятий: «инновационная деятельность», «инновационный процесс», «инновационное решение» и т.д. Международные стандарты в статистике науки, техники инноваций – рекомендации международных организаций в области статистики и инноваций, обеспечивающие их системное описание в условиях рыночной экономики. В соответствии с этими стандартами инновация – конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

С нашей точки зрения, инновации оказывают существенное влияние на этапы совершенствования управления конкурентными преимуществами продукции и предприятия. Структура таких этапов представлена на рис. 1.



Рис. 1. Этапы совершенствования управления конкурентными преимуществами продукции и предприятий

Для быстрого распространения инновации нужна развитая инфраструктура. Инновационный процесс имеет циклический характер, что демонстрирует хронологический порядок появления новшеств в различных областях техники. Нужно отметить, что инновация – это такой технико-экономический цикл, в котором использование результатов сферы исследований и разработок непосредственно вызывает технические и экономические изменения, которые оказывают обратное воздействие на деятельность этой сферы. Это подтверждают различные концепции длинных волн Н.Д. Кондратьева, И.Е. Варги, И. Шумпетера. Инновационный процесс состоит из взаимосвязанных и взаимозависимых этапов (стадий), структура которых приведена на рис. 2. Научно-техническая и инновационная деятельность является необходимым условием развития инновационных процессов и управления этой областью является одной из основных задач инновационного менеджера.

По нашему мнению, для достижения реальной эффективной работы предприятия необходимо совокупность управленческих технологий. Инновационная деятельность из разряда искусства (а значит, доступной немногим) переходит в разряд «ремесла», т.е. превращается в набор известных, понятных, связанных в некую последовательность операций. Снижаются (и весьма существенно) требования к квалификации персонала, облегчается контроль количества и качества труда персонала.

Все это само по себе, без изменения состава и квалификации персонала, способно повысить эффективность инновационной деятельности предприятия, а значит, и увеличить поток заказов.

Внедрению эффективных управленческих технологий мешает отсутствие управленческой культуры, т.е., привычки руководства и персонала работать в жестко заданном временном, функциональном, информационном и прочем регламенте, т.е. отсутствие привычки «работать по правилам». Разработанные