

определить конкурентную позицию, создает предпосылки для определения реальной оценки конкурентоспособности как крупных, так и малых стран; использование большого количества показателей по трем группам факторов позволяет охватить анализ как материально-вещественной составляющей конкурентоспособности, так и социальной; использование в равной доле субъективных и объективных показателей даёт возможность оценить как реальное положение дел, так и его восприятие.

Слабыми сторонами методологии КИИПП есть небольшая широта охвата (65 стран); значительная доля субъективных оценок (половина всех данных); фрагментарность рассмотрения объектов конкурентоспособности; недостаточный уровень анализа человеческого фактора и т.д.

Выводы из проведенного исследования. Проведенный анализ методологии исследования конкурентоспособности национальной экономики, позволяет сформулировать следующие выводы:

- во-первых, существует четыре основных подхода к анализу национальной конкурентоспособности: матричный; факторный; индексный и эмпирический;
- во-вторых, алгоритм расчета у организаций, осуществляющих рейтинговую оценку конкурентоспособности экономики, весьма похож: сначала формируется система факторов конкурентоспособности и критериев их оценки,

определяются комплексные показатели, далее осуществляется статистическая обработка информации стран исследования, и, на основе определенной весовой схемы, формируется сводный показатель, что позволяет ранжировать страны;

- в-третьих, наиболее репрезентативным, учитывая опыт проведения анализа, наибольшую широту охвата и наибольшее количество партнерских организаций, является рейтинг, составленный Всемирным экономическим форумом. Однако, отмечая постоянные изменения его методологической базы, а также достаточно высокий уровень субъективизма, этот рейтинг требует адаптации к современным условиям развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Официальный сайт Всемирного экономического форума, <http://www.weforum.org>.
2. Официальный сайт Международного института развития менеджмента, <http://www.imd.ch>
3. Официальный сайт Корейского института исследования промышленной политики, <http://www.ips.or.kr>
4. Мусаев Т.З.О. Потенциальные преимущества национальных экономик в условиях усиления конкурентоспособности // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2011. № 2. С. 23-27.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESS COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY

© 2012

I.V. Korol, teacher of «Economy of enterprise, finance, accounting and audit»
Pavlo Tychina Uman state pedagogical university, Uman (Ukraine)

Keywords: competitiveness; national economy; competitive advantage; competitive factors.

Annotation: In the article was performed periodization of the methodology of the assessment of competitiveness at the macro level; presented the analysis of strengths and weaknesses of the methodology of assessing competitiveness made by different research organizations and institutions; identified the most effective methodological approach for analyzing competitiveness of the national economy.

УДК 334

УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ИНТРАПРЕНЕРСТВА

© 2012

M.B. Кузнецова, кандидат философских наук, доцент кафедры «Экономики и предпринимательства»
Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск (Россия)

Ключевые слова: интрапренерство, внутрифирменное предпринимательство.

Аннотация: В статье рассмотрены причины слабого внедрения явления интрапренерства на российских предприятиях. Выделены условия развития интрапренерства в организации. С точки зрения автора, все условия могут быть разделены на три группы: организационные условия, условия самостоятельности интрапренеров, условия финансовой обеспеченности внутрифирменного предпринимательства.

Одним из наиболее перспективных путей развития предпринимательства является интрапренерство или внутрифирменное предпринимательство. Впервые данный термин в 1985 году ввел в научный оборот американский ученый Г. Пиншот. Неологизм «интрапренерство» образован от двух слов: «антрепренерство» (предпринимательство) и латинского префикса «интра» (внутренний). Таким образом, «интрапренерство» дословно можно перевести как внутрифирменное или внутрикорпоративное предпринимательство. Несмотря на то, что в российской практике явление внутрифирменного предпринимательства уже существует на отдельных предприятиях, понятие «интрапренерство» в российском законодательстве отсутствует.

Интрапренерство представляет собой инициативную, новаторскую деятельность по производству и реализации товаров и услуг в рамках уже существующей организации на основе интеграции финансовых и организационных возможностей предприятия и интрапренера. Основная цель внутрифирменного предпринимательства - эффективное использование ресурсов организации и ее динамическое развитие на основе нововведений.

Необходимо отметить, что отношения интрапренерства в РФ пока еще не получили достаточного распро-

странения в силу ряда причин. Основными проблемами, препятствующими развитию интрапренерства в России, являются следующие:

- непонимание руководителями организаций преимуществ и выгод от внедрения интрапренерства,
- отсутствие у работников способностей к занятию предпринимательской деятельностью,
- отсутствие мотивации у наемных работников к внедрению рационализаторских предложений,
- финансовые трудности и трудности в обеспечении ресурсами интрапренера,
- ограниченная свобода деятельности инициатора и реализатора предпринимательской идеи.

Одним из вариантов повышения эффективности народного хозяйства России может быть выделение особых производств - предприятий-интрапренеров — предприятий, способных производить инновационную, конкурентоспособную продукцию. Однако на уровне высших менеджеров все еще нет понимания выгоды для предприятия и для общества интрапренерского ресурса, так как это требует скрупулезного отслеживания обратных материальных и информационных потоков на различных организационных уровнях, позволяет сделать прозрачны-

ми, легализовать многие неформальные и теневые связи, что явно не выгодно для многих руководителей предприятий в России. Наблюдается тенденция того, что чем выше властный уровень российского управленческого звена, тем больше непонимание выгоды внедряемого интрапренерского ресурса [1].

До сих пор многие крупные предприятия нашей страны характеризуются низкой эффективностью. Данный негативный факт обусловлен большой фондоемкостью, морально и физически устаревшей техникой, технологическим и организационным консерватизмом, невысокой заинтересованностью менеджеров. Интрапренерство может выступить одним из способов повышения эффективности производства. Именно за счет внутрифирменного предпринимательства у предприятий может появиться возможность производить инновационную, конкурентоспособную продукцию.

Условием существования интрапренерского процесса является наличие и взаимодействие двух его главных участников – организации и интрапренера. Инициировать интрапренерский процесс могут обе стороны: организация может создавать условия для возникновения внутрифирменного предпринимательства, а у потенциального интрапренера есть возможность обратиться к руководству компании с предложением о внедрении нового направления в деятельности предприятия.

Для успешного развития внутрифирменного предпринимательства необходимо наличие ряда условий на предприятии-учредителе. Только при их наличии интрапренеры смогут реализовать свой творческий потенциал. Все множество этих условий можно объединить в три группы.

Первая группа включает в себя организационные условия. К организационным условиям можно отнести организационную культуру, обеспечивающую условия для творческого труда инициативных работников. Высшее и среднее управленческие звенья сами должны быть заинтересованы в развитии интрапренерства. Именно они ответственны за формирование культуры компании и обеспечение условий для развития интрапренерства.

После того как высшее руководство организации осознает необходимость развития внутрифирменного предпринимательства и примет решение о его развитии в своей компании, необходимо, чтобы с этой идеей ознакомились на всех уровнях организации. Одним из вариантов информирования сотрудников предприятия являются семинары, на которых рассматриваются различные аспекты интрапренерства, разрабатываются стратегии по преобразованию корпоративной культуры в духе интрапренерства и готовятся общие направления и принципы развития нового предприятия, ориентированного на интрапренерство [2].

После того как принято концептуальное решение о внедрении внутрифирменного возникает вопрос об интрапренере: кто им может стать, кому надо отдать предпочтение и какой должна быть его подготовка. Эта подготовка предполагает сосредоточение усилий на мобилизации трудовых ресурсов внутри организации. Таким образом, к организационным условиям относится кадровая политика, предусматривающая формирование квалифицированных творческих работников, способных адаптироваться в новых экономических условиях, а также регулярная подготовка и переподготовка кадров для работы в новых предпринимательских структурах. Данный аспект является жизненно необходимым, поскольку заложенные в человеке творческие способности можно и нужно развивать, так как это дает возможность работнику самореализоваться, а компании увеличить прибыль. К методам, направленным на развитие творчества, разработку и внедрение инновационных идей можно отнести и эффективную систему материального поощрения.

Немаловажным организационным аспектом развития интрапренерства является поощрение экспериментов и связанный с ним метод проб и ошибок. Организация, нацеленная на внедрение интрапренерства, должна создать

такую атмосферу, которая не только допускает, но даже и стимулирует совершение ошибок и поощряет провалы, как бы парадоксально это ни звучало. Стимулирование ошибок и поощрение провалов противоречит стандартной системе продвижения по служебной лестнице. Однако почти каждый предприниматель терпел неудачу, прежде чем ему удавалось создать действительно успешное предприятие, а сущность интрапренера является производной от сущности предпринимателя.

Для достижения успеха в рамках интрапренерства необходимо поощрять работу специалистов разных профилей в одной команде. Такой открытый подход с привлечением нужных специалистов независимо от сферы их деятельности прямо противоположен принципам корпоративной организационной структуры. Тем не менее, оценивая причины успеха интрапренерства, можно отметить, что важнейшей его составляющей является наличие неформальных групп, в которые входят ключевые фигуры компании [3].

Для успешной, эффективной работы интрапренерской структуры необходимо создание в организации сети поддержки интрапренеров с целью оказания консультационных услуг. В частности сюда можно отнести анализ, оценку и экспертизу предпринимательских идей, выделение наиболее перспективных направлений, обеспечение защиты прав интрапренеров.

Вторая группа условий развития интрапренерства это условия, обеспечивающие предпринимательскую автономию интрапренеров. Данные условия включают в себя достаточно широкий круг полномочий интрапренера как касаемо используемых ресурсов, так и результатов внутрифирменного предпринимательства.

Для эффективного развития новой сферы деятельности у менеджера-новатора должна быть возможность личного подбора, отбора персонала, самостоятельность в принятии предпринимательских решений, свобода в распоряжении производственными ресурсами, самостоятельный выход на рынок. Для повышения мотивации интрапренера необходимо предоставить ему возможность распоряжения определенной частью прибыли, полученной от реализации предпринимательского проекта в рамках предприятия-учредителя, с целью реинвестирования.

Третья группа условия это финансовые условия обеспечения инновационных проектов предпринимателя. Самое главное, чтобы фирма обладала необходимыми ресурсами, и они должны быть в пределах досягаемости интрапренера. При этом предприятие-учредитель не должно ожидать быстрой отдачи от вложенных ресурсов – внутрифирменное предпринимательство на рынке действует практических в тех же самых условиях, что и простое предпринимательство.

Помимо этого в самой организации у интрапренера должна быть сеть спонсоров и покровителей, которые не только поощряют творческую активность и оказывают поддержку в случае срывов, но и обладают достаточной гибкостью при планировании новых задач и направлений [2]. Традиционно оценка работы менеджеров зачастую базируется на их способности строго следовать запланированным целям и не зависит от фактических результатов, получаемых при достижении целей. Это может характеризовать наемного работника, но противоречит сути предпринимательской деятельности. Таким образом, интрапренер должен ощущать полную поддержку со стороны высшего руководства, которое находится с ним в прямом контакте и обеспечивает его своевременно и быстро необходимыми финансовыми и трудовыми ресурсами. Без поддержки со стороны высшего руководства невозможно создание благоприятной среды для развития интрапренерства.

К финансовым условиям необходимо отнести регулярные отчисления от прибыли предприятия-учредителя на научные разработки в целях развития внутрифирменной предпринимательской идеи. Возможно создание на предприятии специальных денежных фондов для финансиро-

вания инновационных предпринимательских проектов.

Пожалуй, самым главным условием успешной реализации внутрифирменного предпринимательства является получение интрапренером соответствующего вознаграждения. Для этого на предприятии-учредителе необходимо выработать критерии оценки результатов его деятельности и соответствующим образом осуществлять вознаграждение интрапренера. Вознаграждение может варьироваться от получения фиксированной суммы или части прибыли от реализуемого проекта, до предоставления части акций, или доли капитала, нового предприятия.

Итак, в основе внутрифирменного предпринимательства лежит новаторская, инициативная деятельность человека, мобилизующего все свои силы, целеустремленно использующего все возможности для достижения поставленной цели и несущего полную ответственность за свои действия. Однако сама по себе внутрифирменная пред-

принимательская среда не появится, для становления и развития интрапренерства необходимо наличие определенных условий, ответственность за создание которых несут руководители организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бышок А. С. Роль интрапренерства в развитии инновационной активности российских предприятий [Текст] / А. С. Бышок, А. В. Дорофеева // Актуальные вопросы экономических наук: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Уфа, октябрь 2011 г.). — Уфа: Лето, 2011. — С. 16-18.
2. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха. - М.: «Прогресс-универс», 1989г.
3. Агошкова Н.Е. Интрапренерство как одно из направлений развития предпринимательства на предприятиях АПК // Экономика и социум. - №3. - 2012г. - С. 21 – 29.

DEVELOPMENT CONDITIONS INTRAPRENEURSHIP

© 2012

М.В. Кузнецова, candidate of philosophical sciences, associate professor "Economy and businesses"
Magnitogorsk state university, Magnitogorsk (Russia)

Keywords: intrapreneurship, intra firm business.

Annotation: In article the reasons of weak introduction of the phenomenon of an intrapreneurship at the Russian enterprises are considered. Conditions of development of an intrapreneurship in the organization are allocated. From the point of view of the author, all conditions can be divided into three groups: organizational conditions, conditions of independence of managers innovators, conditions of financial security of intra firm business.

УДК 658.62

СПЕЦИФИКА СЕТЕВОЙ ИНТЕГРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ РЫНКА

© 2012

Л.В. Кузнецова, аспирантка кафедры «Маркетинг»
Финансовый Университет при Правительстве РФ, Москва (Россия)

Ключевые слова: розничная торговля, Всемирная Торговая Организация, тенденции, структура.

Аннотация: В статье упоминаются ведущие исследователи, занимающиеся вопросами изучения специфики сетевой торговли в условиях рыночных отношений. Рассматриваются современные тенденции развития, и выделяются проблемные области, приводится сравнительная характеристика ключевых трендов развития розничной сетевой торговли, как российская, так и мировая. Представлены статистические показатели развития отрасли, а также приведен пример структурного развития форматов альянсов на примере российской компании X5 Retail Group. Рассмотрены преимущества и угрозы для отрасли розничного ритейлера после вступления в ВТО.

В последние несколько лет розничная торговля в России активно развивается, и демонстрирует достаточно высокие темпы роста. Но хочется отметить тот факт, что это уже не экстенсивное развитие, основанное на сделках слияний и поглощений, а здесь уже встает вопрос качественного развития отрасли в целом, и отдельно взятого ритейлера. На изучение тенденций развития розничной торговли справедливо обращают внимание многие исследователи: И.И. Скоробогатых, И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Современные рыночные условия диктуют необходимость изучения специфики розничной торговли в условиях глобализации рынка, активной конкуренции, как среди российских компаний, так и международных игроков. Для усиления позиций на рынке сетевым организациям необходимо понимать тенденции для эффективного построения стратегии развития и поиска выгодных рыночных ниш.

По сравнению с 2011г. увеличилось число субъектов Российской Федерации, где сетевые магазины формировали более 15% розничного оборота. За январь-июнь 2012г. торговый оборот розничных торговых сетей вырос по сравнению с аналогичным периодом 2011г. на 13,9% и составил 20,1% в общем объеме оборота розничной торговли.

По ряду качественных показателей, в том числе таких, как розничный оборот на душу населения или обеспеченность торговыми площадями сетевых форматов, российский рынок отличается низкой степенью насыщения по сравнению с США, а также европейскими странами.

В России сетевой ретейл занимает не более 30% продовольственного рынка. В то же время в Испании – 39%, в

Италии – 57%, а во Франции – до 84%.

На рынке розничной торговли продуктами питания представлены следующие игроки: сетевые магазины; независимые магазины; открытые и закрытые рынки; киоски, ларьки и т. п. [1, с. 154].

Характерной особенностью российской розничной торговли продуктами питания является низкая доля организованных форматов, что создает благоприятные условия для их развития [5, с.232]. В частности, в 2001–2008 гг. наблюдался рост доли организованной рыночной торговли продуктами питания с 7 до 40%. В европейских странах доля организованных форматов торговли продовольственными товарами превышает 70–80%, в то время как в ряде стран Восточной Европы составляет не менее 30%.

Крупнейшей сетью розничной торговли в мире является американская компания «Wal-Mart».

В настоящее время на рынке сетевой торговли крупные российские и иностранные игроки развивают новые формы торговли, чтобы повысить конкурентоспособность компании и добиться максимального охвата покупательской аудитории в разных регионах страны. На рисунке 1 представлена структура форматов российского розничного ритейла – X5 Retail Group. Это сетевой альянс, который представлен на рынке следующими форматами: Дискаунтер, Супермаркет, Гипермаркет.

Значимой тенденцией на российском рынке розничной торговли продовольственными товарами следует признать освоение отечественными компаниями верхнего ценового сегмента. Дело в том, что иностранные торговые сети, работающие в России, ориентируются главным образом на массового потребителя с невысокими доходами.