

туации развитие ЛПХ позволяет создавать рабочие места в сельском хозяйстве, обеспечивает занятость людей.

При умелом применении сил ЛПХ превращается в серьезную предпринимательскую деятельность, приносящую доход, у которой есть перспективы роста. Достигнутые результаты позволяют ставить задачу – довести уровень доходов на одного человека, работающего в ЛПХ товарного типа, в 2009 году до 10 тысяч рублей в месяц, в 2012 году до 20 тысяч. В 2008 году на развитие ЛПХ выделено 900 млн. рублей из краевого бюджета, не считая федеральных средств и 3,5 млн. рублей на организацию системы обучения кубанцев виноградарству, садоводству и овощеводству в рамках программы «Развитие ЛПХ на территории Краснодарского края».

Проблемы, которые мешают работе ЛПХ - это отсутствие долгосрочных кредитов, необходимость снижения по ним банковских процентных ставок. Есть немалые проблемы с посадочным материалом, которые сейчас приобретаются за рубежом, дает о себе знать дефицит качественных высокопродуктивных семян овощей. Для развития животноводства нужна кормовая база: необходимо восстанавливать пастбища, увеличивать производство качественных комбикормов. Решить проблемы реализации продукции. У владельцев, получивших участки под ведение ЛПХ, должна быть долгосрочная перспектива приобретения их в собственность или передачи права пользования.

Одним из путей решения этих проблем явилось бы принятие на федеральном уровне Закона «Об оптовых сельскохозяйственных продовольственных рынках». Это будет достойная государственная поддержка личных подсобных хозяйств на очередном этапе развития.

В краевой целевой программе «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Краснодарском крае на 2008-2012 годы» предусмотрена поддержка владельцев ЛПХ, занимающихся овощеводством. Включенные в программу мероприятия предусматривают организацию в сельских поселениях края сети заготовительных пунктов по типу тех, что уже созданы по закупке молока. Это будет 40 контейнеров с холодильниками и 40 автомобилей «Газель». Предусматривается строительство пяти мощных холодильников для хранения, сортировки, упаковки больших торговых партий продукции, которая затем будет поставляться в крупные торговые сети края и других регионов. Будет производиться возмещение части затрат на строительство систем капельного орошения в ЛПХ, а также предусматривается финансирование научно-исследовательских работ по созданию новых высокопродуктивных сортов и гибридов овощей, передовых технологий выращивания овощных культур в открытом и защищенном грунте. Реализация всех планируемых мероприятий потребует финансирования за счет средств краевого бюджета в сумме 335 миллионов рублей.

**А. М. Вельмискина, Л.А. Скороходова**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **К ВОПРОСУ ОБ ИСТОРИИ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Инновационный менеджмент – относительно новое понятие для научной общест-венности и предпринимательских кругов России, представляет собой одно из направлений стратегического менеджмента.

В условиях централизованно управляемой экономики чаще всего использовались такие понятия, как управление научно-техническим прогрессом, внедрение достижений науки и техники в производство, что характерно для командно-административной системы управления. В рыночных условиях инновации, определяющие прогресс науки, техники и, в конечном итоге, развитие экономики, теснейшим образом связаны с предпринимательской деятельностью. Именно в этом и заключаются принципиальные отличия в определении отдельных понятий в области инновационного менеджмента.

Термин «инновация» стал использоваться в переходной экономике России как русский вариант слова «innovation», что в дословном переводе означает «новшество», «нововведение», «новаторство»

В экономической литературе связь нововведений с предпринимательской деятельностью прослеживается уже с начала прошлого века. Около 1800г. французский экономист Ж. Б. Сэй отмечал, что «предприниматель перемещает экономические ресурсы из области с более низкой в область с более высокой производительностью и большей результативностью». Дальнейшее развитие в понимании роли нововведений в предпринимательской деятельности произошло благодаря трудам австрийского ученого Й. Шумпетера, который еще в 1911г. писал: «Под предприятием мы понимаем осуществление новых комбинаций, а также то, в чем эти комбинации воплощаются... Предпринимателями же мы называем хозяйственных субъектов, функцией которых является как раз осуществление новых комбинаций и которые выступают как его активный элемент».

Понятие «инновация» было введено И. Шумпетером позже, в 30-е годы, трактуя его как изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности. Содержание инновации как осуществления новых комбинаций, влияющих на динамику экономического развития, И. Шумпетер определял в виде следующих типичных случаев:

1. Изготовление продукции, еще не известной потребителям или создание нового качества той или иной продукции.

2. Использование нового метода (способа) производства, т.е. новых технологических процессов еще не известных в данной отрасли, в основе которых не обязательно лежит изобретение или открытие, и которые могут заключаться также и в усовершенствовании коммерческого использования (технологии осуществления купли-продажи) данного товара.

3. Получение или использование нового источника сырья, полупродуктов независимо от того, существовало ли это сырье ранее, но не использовалось по каким-либо причинам, или его необходимо создать вновь.

4. Проведение системных преобразований структуры производства или реорганизации органов его управления, например, путем создания холдинговой компании с целью обеспечения монопольного положения на рынке.

5. Продвижение товаров на новые рынки сбыта, на которых эти товары или отрасль промышленности еще не были представлены.

Идеи И. Шумпетера о роли предпринимательства в осуществлении инноваций получили развитие и в трудах многих современных зарубежных и отечественных исследователей.

**М.В. Воробьева, Л.А. Петрова**

*Уральский государственный лесотехнический университет*

## **ВЛИЯНИЕ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Базовой составляющей любого бизнеса являются основные средства. Перенос стоимости основных средств на текущие расходы организации осуществляется в процессе начисления амортизации. Выбранный способ амортизации определяет ее уровень в себестоимости продукции, размер налоговых платежей по налогу на имущество и налогу на прибыль.

Подход к формированию амортизационной политики должен вытекать из целей деятельности организации и ее финансового состояния. Целесообразен выбор такого метода, который позволит обеспечить более равномерную нагрузку на предприятие, связанную с наличием основных средств и относимую на себестоимость выпускаемой продукции. К ней относятся амортизационные отчисления и расходы на ремонт. В первые годы эксплуатации машин и оборудования предприятие заинтересованно в максимальных суммах амортизационных отчислений, т.к. затраты на ремонт новых основных средств незначительны. По мере