

жание и предоставление пригородным компаниям подвижного состава, услуг по его эксплуатации и ремонту;

– последовательная передача в уставный капитал ППК необходимых для ведения деятельности активов (в первую очередь, подвижного состава) по мере их выхода на стабильную безубыточную деятельность [3].

Однако структурные преобразования, направленные на совершенствование тарифного и правового регулирования с целью повышения ценовой и географической доступности пассажирских перевозок, вывода транспортного продукта на новый уровень качества невозможны без получения государственной поддержки.

Литература

1. Аракелян Е. Россиянам вернут сбежавшие электрички // Комсомольская правда. Новосибирск. 2015. № 16. С. 1.

2. Шнейдер М.А. Опыт организации пригородно-городского движения на постсоветском пространстве // Современный транспорт: инфраструктура, инновации, интеллектуальные системы: сборник трудов. СПб., 2012. С. 103–116.

3. Стратегия развития холдинга «РЖД» на период до 2030 года и основные приоритеты его развития на среднесрочный период до 2015 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://doc.rzd.ru>.

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Ж.С. Нуримова,
научный руководитель Л.С. Нурпеисова
*Казахстан, г. Алматы,
Казахский национальный медицинский университет им. С.Д. Асфендиярова*

В настоящее время понятие «стратегия» используется в различных сферах, включая экономическую, маркетинговую, финансовую, инновационную. Под стратегией понимают:

- последовательность действий и состояний, которые используются для достижения цели предприятием;
- перспективный план развития организации, исходя из особенностей влияния внешней среды и внутреннего потенциала;
- долговременные, наиболее принципиальные планы руководства организации в отношении инноваций, производства, доходов и расходов, бюджета, налогов, инвестиций, цен, социальной сферы;
- взаимосвязанный комплекс действий для укрепления жизнеспособности и мощи предприятия (фирмы) по отношению к его конкурентам;
- концепция бизнеса, дополненная реальными действиями, которые приводят эту концепцию к достижению конкурентного преимущества (для этого необходимо понимание рынка, оценка положения организации на рынке, осознание своих конкурентных преимуществ);
- целевые ориентиры долгосрочного плана действий, направленных на достижение качественно новых целей, связанных с коренным изменением существующего состояния управляемого объекта, а, следовательно, систем управления, ее структуры, сложившихся отношений, норм поведения и содержания деятельности работников.

Инновационная стратегия – это ведущая функциональная стратегия высокотехнологичного предприятия, являющаяся базой общей стратегии и одновременно - основным условием конкурентного развития предприятия. Инновационная стратегия предполагает формирование

цельного сбалансированного комплекса мероприятий по продуктовой и технологической модернизации производства, изменению его организационной структуры, применение новейших управленческих технологий и целенаправленное внедрение нововведений в сложившуюся культуру организации. Иными словами, стратегия – это детальный всесторонний комплексный план достижения поставленных целей.

Основные компоненты инновационной стратегии: стратегия инновационного продукта; стратегия инновационной технологии; стратегия управления знаниями.

Инновационными стратегиями могут быть: инновационная деятельность организации, направленная на получение новых продуктов, технологий и услуг; применение новых методов в НИОКР, производстве, маркетинге и управлении; переход к новым организационным структурам; применение новых видов ресурсов и новых подходов к использованию традиционных ресурсов.

Предпосылки, стимулирующие инновационную активность компании, связаны, в первую очередь, с институциональными изменениями, с возникновением новых потребностей и предпочтений у потребителей, сокращением жизненного цикла товаров, повышением наукоемкости продукции.

Инновационный потенциал предприятия принято трактовать как совокупность материальных, финансовых, трудовых, инфраструктурных, интеллектуальных информационно-коммуникационных ресурсов. Можно выделить две группы факторов, определяющих инновационную активность, и как следствие - конкурентное преимущество предприятия. Назначение одних (внутренних) - налаживание и управление инновационной деятельностью на предприятии; другие (внешние) призваны способствовать расширению ее границ.

Однако выбор данной инновационной стратегии имеет и ряд негативных моментов. Во-первых, в силу отсутствия рыночного опыта реализации новой идеи технологические лидеры сталкиваются с высокой степенью риска и неопределенности. Неопределенность, с которой имеют дело, лидеры, связана с тремя основными проблемными сферами: технологической, рыночной и деловой. Технологическая неопределенность заключается в отсутствии гарантий возможности воплощения разработанной новой технологической идеи в конечный продукт. Достаточно типичной является ситуация, когда огромные затраты на фундаментальные и прикладные исследования оказываются убыточными в силу невозможности коммерческого использования их результатов. Безусловно, даже коммерциализированные научно-технические знания накапливаются и формируют научную базу для последующих инноваций. Однако если компания не смогла диверсифицировать данный риск, она может попасть в достаточно сложную финансовую ситуацию.

Рыночная неопределенность связана со сложностью прогнозирования покупательской реакции на совершенно новую продукцию. Компании пытаются снизить уровень неопределенности путем создания специальных потребительских центров тестирования новой продукции и проведения пробных продаж. Однако очевидно, что данные маркетинговые мероприятия могут осуществляться уже на конечных стадиях разработки продукта, когда существует опытный образец или уже выпущена пробная партия. В случае негативной рыночной реакции у компании появляется несколько альтернатив. Компания может попытаться усовершенствовать (адаптировать) новый продукт под новые требования потребителей. Компания может выбрать новый целевой рынок для новинки. И наконец, компания может отказаться от производственной стадии и заморозить проект. Очевидно, что любой из этих вариантов требует значительных финансовых ресурсов и ведет к потере временного преимущества, важнейшего фактора успеха реализации стратегии лидерства.

Стратегии в инновационном менеджменте делятся на виды:

- технологического менеджмента;
- имитационные стратегии;
- маркетинговые инновационные стратегии.

В зависимости от поставленных на предприятии задач, направленных на улучшение видов и методов для выпускаемой продукции на предприятии, используется тот или иной вид стратегии.

Литература

1. Инновационный менеджмент: учебник / под ред. В.А. Швандара, В.Я. Горкинкеля. М.: Вузовский учебник, 2006. 382 с.
2. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент: учебник. М.: ИНФА-М, 2007. 295 с.
3. Основы инновационного менеджмента: Учебник для вузов / под ред. А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. М.: Издательский дом «Экономика», 2004. 518 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов. Спб.: «Питер», 2007. 448 с.

КӘСІПОРЫН ЭКОНОМИКАСЫНДАҒЫ ҚАРЖЫНЫҢ МӘНІ МЕН РӨЛІ

Г.Т.Оразбаева,
ғылыми жетекші Н.Н. Авгамбаева
Қазақстан, Алматы қ,
С.Ж. Асфендияров атындағы Қазақ Ұлттық Медицина Университеті

Нарықтық экономика жағдайында өндіріске қаржы жұмсаудың экономикалық тиімділігі бүгінгі күннің өзекті мәселесіне айналып отыр. Негізгі мақсат бүкіл өндіріс бойынша қаржыны ұқыпты және тиімді жұмсай отырып, мол табыс табу болып табылады.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайы кәсіпорынның қалыпты өндірістік, коммерциялық және басқа да қызмет түрлері үшін қажетті қаржы ресурстарымен қамтамасыз етілуімен және оларды мақсатқа сай, тиімді тарату және пайдаланумен, сондай-ақ басқа шаруашылық субъектілерімен қаржылық қарым-қатынаста болу, төлеу қабілеттілігі және қаржылық тұрақтылықпен сипатталады.

Қазіргі нарықтық қатынас жағдайында мекеме құралдарының ең басты бөлігі болып қаржы ресурстары жатады. Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын бағалау, объективті, ғылыми негізделген және үйлесімді басқару, өндірістік, әсіресе қаржылық шешімдер қабылдау үшін оның қаржылық жағдайын талдау қажет. Тек терең және ұқыпты талдау негізінде ғана оның қызметін объективті бағалап, кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын нығайту немесе жақсарту үшін шешімдер қабылдауға болады. Нарық жағдайында кәсіпорынның өміршеңдігінің кепілі мен жай-күйінің орнықтылығының негізі оның қаржылық тұрақтылығы болып табылады. Бүгінгі экономикалық жағдайда тұрақты төлем қабілеттілік табыстылықтан да маңызды болып отыр. Сондықтан дипломдық жұмыс тақырыбы ең өзекті мәселелердің бірі болып отыр.

Қаржыларды басқару жүйесінде кәсіпорын барынша жалпы түрде жинақтау тәсілін, кәсіпорынның ағымдағы және перспективалық мүліктік және қаржылық жағдайын бағалау мақсатындағы қаржылық сипаттың өзгеруін, қаражаттардың қол жетімді көздерін анықтау және олардың жұмылдырудың мүмкіндіктері мен орындылығына баға беруді білдіреді.

Қаржылық талдаудың қажеттілігі оның нарықтық құнын арттыру резервтерін анықтау және тиімді дамуды қамтамасыз ету мақсатында кәсіпорынның шаруашылық қызметінің қаржылық жағдайы мен негізгі нәтижелерін зерттеу мүмкіндігінен тұрады. Коэффициенттердің көмегімен қаржылық есептілікті талдау тарихының қалыптасуы ұзаққа созылмаған, бірақ қатысты көрсеткіштердің көмегімен талдау идеясының өзі бұрын – жаңа заманға дейін 300 жыл үшін Евклид кезінде туған. Кеңес билігі жылдарында есептілік талдауы шаруашылық қызметті талдаудың құрамды бөлігі ретінде қарастырылды.

Нарық жағдайында кәсіпорынның өміршеңдігінің кепілі мен жай-күйінің орнықтылығының негізі оның қаржы тұрақтылығы болып табылады. Ол ақша қаражатын