

- возможность роста инвестиционных вложений;
- ликвидность инвестиционных вложений.

Выделяют следующие основные направления осуществления банковской инвестиционной деятельности: [3]

- первичное размещение ценных бумаг хозяйствующих субъектов (андеррайтинг);
- операции с ценными бумагами на вторичном рынке (депозитарные, консультационные услуги);
- доверительное управление портфелями ценных бумаг хозяйствующих субъектов;
- сделки по слиянию и приобретению;
- долгосрочное кредитование инвестиционной деятельности хозяйствующих субъектов.

Достаточным преимуществом по нашему мнению является то, что коммерческие банки предоставляют гарантии по срокам и размерам выплачиваемых сумм от инвестиций, в отличие от паевых инвестиционных фондов, к примеру. В паевых инвестиционных фондах не оговаривается заранее объем средств, возвращаемых инвестору, что делает его деятельность более рискованной. К тому же, направления банковской инвестиционной деятельности на наш взгляд являются более разнообразными и привлекательными. Деятельность в инвестиционном фонде сводится только лишь к привлечению денежных средств и имущества инвестора и его размещению.

На основании выбранных направлений осуществления инвестиционной деятельности разрабатывается инвестиционная политика банков.

Инвестиционная политика коммерческих банков предполагает определение целей инвестиционной деятельности, выбор наиболее действенных способов их достижения. Следует выделить организационную составляющую инвестиционной политики. Это комплекс мероприятий по организации и управлению инвестиционной деятельностью банка, направленных на обеспечение приемлемых объемов инвестирования, оптимальной структуры инвестиционных активов, рост их доходности при допустимом уровне риска.

Нами были проведены исследования, направленные на выявление проблем инвестиционной деятельности банков. Результаты исследования позволяют сделать следующие выводы.

В первую очередь, следует отметить, что специалисты финансовой службы, занимающейся анализом экономической ситуации и финансового рынка, не всегда могут провести эффективный анализ и оценку эффективности инвестиционных вложений. Проведение некачественного анализа неквалифицированными специалистами является одной из проблем осуществления инвестиционной деятельности банка и может привести к снижению доходности и ликвидности деятельности коммерческого банка в целом.

Также следует отметить, что одной из важных проблем осуществления банковской инвестиционной деятельности является то, что большая часть кредитных организаций осуществляют инвестирование в крупные инвестиционные проекты, не уделяя достаточного внимания малым либо микро-проектам, которые также могут привести высокую доходность от вложений. Однако, из-за отсутствия инвестиций данные проекты закрываются.

Развитию инвестиционной деятельности банков препятствует также отсутствие соответствующей законодательной базы, регулирующей отношения участников инвестиционного процесса.

Следующей проблемой осуществления эффективной банковской инвестиционной деятельности является неблагоприятный инвестиционный климат в стране, а также состояние отечественной экономи-

ки (ужесточение нормативов ЦБ; нестабильная ставка рефинансирования (учетная ставка ЦБ); рост ключевой ставки Банка России; повышенный риск вложений в инвестиционные проекты и др.)

Банковская инвестиционная деятельность в условиях рынка, осуществляется хозяйствующим субъектом на инвестиционном рынке с целью получения прибыли, не уделяя значительного внимания финансированию экономики, которое способствует развитию промышленности, инфраструктуры и транспорта.

На основе проведенного анализа проблем осуществления банковской инвестиционной деятельности, мы предлагаем комплекс мероприятий по их разрешению:

1. Для повышения уровня компетенций необходимо в постоянном порядке ввести процедуру обучения специалистов, занимающихся анализом инвестиционных вложений коммерческого банка.

2. Налаживание сотрудничества между банками более высокого уровня, в рамках которого на основе взаимного доверия создавались бы консорциумы, пулы и через них осуществлялось инвестиционное кредитование крупных проектов. Вместе с этим необходимо проводить тщательный анализ эффективности вложения в малые и микро-проекты, осуществлять инвестиционное кредитование подобных проектов.

3. Необходимо вести речь о законодательном определении и закреплении механизма стимулирования и осуществления инвестиций в Российскую экономику, в частности определение видов инвестиций и сфер их правового регулирования, порядка государственного регулирования банковской инвестиционной деятельности, основных направлений ответственности субъектов банковской инвестиционной деятельности и т.д.

4. Создание льготных условий для привлечения инвестиций (в сфере уплаты налогов, создание федеральных программ инвестиционных программ). Только при стабильности экономического состояния экономики может повыситься активность инвесторов, и банковской инвестиционной деятельности привлекательность.

Данные предложения, на наш взгляд, могут повысить инвестиционную активность коммерческих банков, а также улучшить конкурентоспособность банков, их ликвидность, и финансовую устойчивость.

Список литературы

1. Банковское дело: учебник. 2-е изд., перераб. и доп./под ред. О.И. Лаврушина. М.: Финансы и статистика, 2000, с. 205.
2. Банковское дело: Учебник для вузов. 2-е изд./Под. Ред. Белоглазовой, Л. Кроливецкой. СПб.: Питер, 2010. С. 263
3. Игонина Л.Л. Инвестиции. М.: Юристъ, 2002.
4. Основы банковской деятельности / Под ред. Тагирбекова К.Р. М.: Инфра-М, 2003.
5. Зимин А.И. Инвестиции. М.: Юриспруденция, 2006.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ЭКОНОМИКЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Пастухова О.Н., Абрамов Н.М.

Алтайский Государственный университет, Барнаул, Россия, olesyapastukhova@gmail.com

Опорную базу для активизации инновационных процессов создает комплексное развитие научно-исследовательского сектора. Приоритетные региональные исследования сосредоточены в области создания новых материалов, живых систем, информационных, химических, энергосберегающих технологий. Центральная задача региональной политики в области инноваций состоит не только в стимулировании наиболее перспективных разработок, но и в создании благоприятных условий для их коммерциализации. В Алтайском крае высокое внимание уделяется фор-

мированию современной нормативно-правовой базы, развитой инновационной инфраструктуры, комплексной системы поддержки инноваций на всех стадиях реализации проектов.

Перспективы инновационного роста региона в первую очередь связаны с модернизацией и активизацией инновационной деятельности агрокомплекса, промышленности, а также развитием региональной инновационной системы. Для эффективного решения этих задач в крае накоплен научно-технический и инновационный потенциал, включающий современную систему подготовки кадров, сеть организаций фундаментальной и прикладной науки, производственно-технические мощности.

За годы системной работы по поддержке и развитию в Алтайском крае сферы науки и инноваций удалось достичь следующих результатов.

1-е место в России по доле малых предприятий, осуществляющих технические инновации (по краю - 12,3%, по РФ - 5,1%).

3-е место в СФО по количеству поданных патентных заявок на одного занятого исследованиями и работниками.

3-е место в СФО по доле крупных и средних предприятий, осуществляющих технические инновации (по краю - 10,3%, по СФО - 7,6%).

Позиции края, как региона со значительным научно-техническим и инновационным потенциалом, подтверждаются экспертными оценками ведущих рейтинговых агентств страны. В рейтинге инновационной активности регионов, составленном Национальной ассоциацией инноваций и развития информационных технологий в 2013 году, Алтайский край смог улучшить свои позиции, поднявшись на 9-е место.

По мнению специалистов Национальный Исследовательский Университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) достижения Алтайского края в инновационной сфере в максимальной степени связаны с качеством реализуемой политики.

Значимым этапом на пути инновационного развития региона стало инициированное Губернатором края А.Б. Карлиным вступление Алтайского края в 2013 году в Ассоциацию инновационных регионов России - сообщество ведущих инновационно-активных территорий страны. Вопрос о включении в состав объединения был рассмотрен на заседании общего собрания Ассоциации, состоявшемся в рамках Петербургского международного экономического форума.

В рамках федеральных целевых программ научно-технической направленности и конкурсов Министерства Образования и Науки Российской Федерации в научный сектор региона по итогам 2013 года привлечено более 480 млн рублей, в том числе 176,2 млн рублей - внебюджетные средства. Удельный вес затрат на НИОКР, финансируемых за счет средств внебюджетных источников, составляет более 45% (2013).

Концентрация ресурсов инновационной политики в регионе благотворно влияет на развитие региона. Одним из примеров являются многочисленные достижения г. Бийска. Город получил статус наукограда в 2005 году, а в 2011 году - данный статус был продлен еще на пять лет. Данному событию предшествовал большой объем работ Администрации края, Администрации г. Бийска и предприятиям научно-производственного комплекса города.

В г. Бийск наблюдается высокое скопление ряда научно-исследовательских, промышленных, сервисных и инфраструктурных организаций и их комплексное развитие позволяет реализовать всю инновационную цепочку: от исследований и разработок

до выпуска наукоемкой продукции. С учетом всех результатов, которые достиг научно-промышленный кластер города, выявлены следующие пути развития научной, научно-технической и инновационной деятельности: перспективные вооружения, военная и специальная техника; индустрия наносистем и материалов; живые системы; энергетика и энергосбережение.

Одним из главных событий в области развития инновационных процессов является создание на территории г. Бийска бизнес-инкубатора. Бийский бизнес-инкубатор был открыт 11 августа 2011 г., который является филиалом краевого государственного бюджетного учреждения «Алтайский бизнес-инкубатор», с 19 июля 2012 г. выделен в самостоятельную организацию и имеет статус муниципального бюджетного учреждения. Проект создания бизнес-инкубатора инновационного типа вошел в число социально значимых объектов Губернаторской Программы «75×75».

Для работы Бийского бизнес-инкубатора выделяются следующие цели: создание условий, которые стимулируют развитие малого предпринимательства в инновационной сфере региона; содействие развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, их интеграция в систему научно-технической кооперации. Задачи, стоящие перед бизнес-инкубатором являются: инкубирование малых инновационных компаний; оказание помощи малым инновационным компаниям по внедрению новых технологий; содействие реализации федеральных, региональных и муниципальных программ, проектов, которые направлены на поддержку и развитие инновационного малого бизнеса в регионе; содействие организации взаимодействия субъектов малого предпринимательства.

Бизнес-инкубатор специализируют свою деятельность на следующем: предоставляет в аренду на льготной основе нежилые помещения субъектам малого предпринимательства; предоставляет в пользование оборудование и мебель субъектам малого предпринимательства; обеспечивает субъекты малого предпринимательства связью и т.д.

В настоящий момент времени количество рабочих мест составляет более 75, а денежный оборот составляет порядка 45 млн рублей (три года назад данный показатель составлял 1 млн рублей). Резиденты бизнес-инкубатора принимают участие в федеральных программах и посещают курсы повышения квалификации. Сейчас решается вопрос о продлении срока обучения резидентов бизнес-центра до 5 лет (на данный момент срок обучения составляет 3 года).

Один из резидентов Бийского бизнес-инкубатора - ООО «Сибирское купечество плюс» при финансовой поддержке «Сименс Финанс» (г. Барнаул) открыло в Бийске завод по переработке отработанных автошин. Оборудование произвело и поставило ООО «СибПромМаш» из Новосибирска. Стоимость проекта составила 10 миллионов рублей, причем сама линия обошлась примерно в 7,5 миллионов рублей. В Алтайском крае это первое предприятие, которое позволяет утилизировать автошины. Резиновая крошка, полученная в процессе переработки, будет использоваться для изготовления различных покрытий из резины, в том числе для детских и спортивных площадок, для изготовления пандусов.

В ближайших планах развития бизнес-инкубатора - прохождение процедуры аккредитации испытательной лаборатории бизнес-инкубатора. Это позволит не только проводить испытания, но и выдавать официальное заключение по качеству тех или иных продуктов. Безусловно, участие резидентов в форуме АТР, проводимом администрацией края. Проведение

ние очередного конкурса на размещение резидентов в бизнес-инкубаторе. Продолжится развитие бизнес-инкубатора как центра поддержки предпринимательства Бийского управленческого округа. Предполагается проведение очередного форума «Инновации в городской среде». Также планируется доработать механизм по привлечению частных инвестиций в те проекты, которые реализуются на базе бизнес-инкубатора силами резидентов.

В долгосрочных планах – создание личного стабилизационного фонда. Примерная схема такова, чтобы бизнес-инкубатор вкладывал, на взаимовыгодных условиях, часть средств этого фонда в развитие стартапа резидента, на период его нахождения в бизнес-инкубаторе. В этом случае появляется мощный стимул для развития и у менеджера бизнес-инкубатора, курирующего это предприятие. Важно подчеркнуть, что этот проект долгосрочный и будет тщательно прорабатываться с законодательной и финансовой точки зрения.

Список литературы

1. Инновационный паспорт Алтайского края [Электронный ресурс]: URL// <http://www.altkibd.ru/ipassport/>

СОЗДАНИЕ БРЕНДА КАК ИНСТРУМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА

Соколова К.С., Горбунова А.Ю.

*Алтайский государственный университет, Барнаул,
Россия, kssokol@mail.ru*

В современных условиях перед организациями остро встает вопрос об актуальности и новизне предлагаемых товаров и услуг, который затрагивает все аспекты работы предприятия. Для того, чтобы товар был востребован рынком, он должен обладать рядом уникальных свойств и грамотным позиционированием, однако, стандартные методы маркетинга претерпевают изменения. Для того, чтобы организация работала эффективно и не теряла свою деловую репутацию необходимы инновации. В условиях кризиса или в стадиях, предшествующих ему, компании прибегают к использованию различных инструментов, которые затрагивают все сферы деятельности, в том числе и маркетинг. На начальной стадии проявления кризисной ситуации, обусловленной снижением показателей ликвидности и устойчивости ставка на нововведения в маркетинговую сферу деятельности, на наш взгляд, является одним из самых эффективных методов стабилизации работы организации и улучшения её финансовых показателей.

Рассматриваемое нами ООО «Ренессанс Косметик», расположенное в г. Барнауле, существует на рынке более 10 лет. До последнего времени эта компания успешно развивалась. Она прочно укрепилась на рынке, став значительным за Уралом производителем косметических товаров и средств бытовой химии. Предприятие вышло на широкую ассортиментную линейку, отладило работу с торговыми сетями, имеет постоянных заказчиков и широкий круг потребителей.

Продукция компании представлена и пользуется спросом среди покупателей не только Алтайского края, но и всего Сибирского региона, а так же Средней Азии. Покупатели узнают продукцию ООО «Ренессанс Косметик» по таким торговым маркам как: «Flash», «Нежность», «Для всей семьи», «Росинка», «Росса», «Чистюлька», «Ecotherapy», «Травы Алтая». Торговыми партнерами «Ренессанс Косметик» являются сети «Магнит», «Лента», «Чибис», «Холидей», «Мария-Ра», «Новэкс», «Чибис», «О'Кей», «Пятерочка», «Аникс» и др.

За годы своей работы предприятие значительно увеличило объемы производства товаров. Ежемесячно отгружается около 40 вагонов готовой продукции

различным заказчикам. В 2008 был создан научно-исследовательский отдел, который постоянно работает над улучшением качества продукции, отслеживая все новейшие тенденции развития отрасли. Сотрудники отдела регулярно принимают участие в тематических семинарах и конференциях, поддерживают связь с НИИ Бытовой Химии (г. Пермь), плодотворно сотрудничают с учеными Алтайского края, Новосибирска и Москвы. Специалисты подразделения ведут исследовательскую деятельность по разработке новых видов продукции, работы по сертификации косметических средств и бытовой химии, выпускаемых ООО «Ренессанс Косметик». На сегодняшний день в отделе разработано более 500 рецептов, из которых не менее 100 успешно внедрено в производство.

Весь ассортимент товаров сертифицирован и имеет санитарно-эпидемиологические заключения о безопасности. На предприятии внедрена и сертифицирована система менеджмента качества по международным стандартам ISO 9001. Для производства используется только высококачественное и безопасное сырье, натуральные экстракты и ароматические отдушки.

Предприятие оснащено современным оборудованием: термопласт автомат для производства ПЭТ-преформ, аппараты для выдува ПЭТ-тары от 30 мл до 5л, экструдер для производства ПЭТ-тары, несколько европейских автоматических линий по розливу, испанский автомат по упаковке в саше, линия по фасовке сыпучих, упаковочное оборудование. В начале 2011 года открылся цех по производству белой косметики и зубных паст в тубах. Помещение цеха белой косметики отвечает самым последним требованиям гигиены: специальный полимерный пол, закрытые вентилируемые УФ-лампы, помещение без острых углов, чтобы не задерживались микробы и пыль.

Предприятие обладает уникальным конкурентным преимуществом – создание продукта от разработки рецептуры, замеса, изготовления преформы до выдува бутылки, получения крышки, розлива и упаковки производится на собственных производственных площадках.

Проходя этапы зарождения и становления, предприятие для снижения рисков старалось расширить номенклатуру выпускаемых изделий. Поэтому современной спецификой компании является широкий ассортимент продукции. Сейчас предприятие выпускает около 500 SKU (ассортиментных позиций) товаров. Это пеномоющая продукция, бытовая химия, косметика и т.д. Причем эта продукция весьма разнообразна, направлена на разных покупателей, имеет свои характеристики, уровни качества, большой ценовой «разбег», разную репутацию у потребителей. Продается эта продукция под разными торговыми марками («Flash», «Нежность», «Для всей семьи», «Росинка», «Росса», «Чистюлька», «Ecotherapy», «Травы Алтая»), но ни одна из них не является брендом компании [2].

Организация успешно прошла этапы зарождения и становления, но добиться устойчивого роста пока не получается. Темпы роста выручки последние годы падают: в 2011 году объем выручки вырос на 40%, в 2012 – на 30%, в 2013 – только на 10%. Производство малоузнаваемой продукции даже широкого ассортимента не даёт должных доходов, не обеспечивают предприятию необходимую долю рынка. С позиции потребителя компания не имеет своего «лица», покупатели не ищут на полках магазинов товары именно этой марки или фирмы. Для перехода к этапу роста для предприятия необходимо создание своего бренда.

Как известно, бренд – это стратегический инструмент, обеспечивающий высокую рыночную эф-