

## ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

С. В. Новоселов, Е. Н. Болховитина

*Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова, г. Барнаул*

Изучение особенностей инновационного развития пищевой и перерабатывающей промышленности в условиях Алтайского региона Сибирского федерального округа (СФО) позволяет сделать вывод о том, что внедрение имеющихся разработок этой важнейшей отрасли жизнедеятельности общества имеет трудности, которые преимущественно обусловлены необходимыми и достаточными условиями развития инновационной деятельности в региональной стратегии экономики, основанной на знаниях. Существующая деятельность и тенденции предпринимательской сферы в развитии производства и переработки сельскохозяйственной продукции не отражают процесс становления инновационного развития, который является актуальным и основополагающим для социально-экономического развития региона.

Одной из причин сложившейся ситуации является непроработанность законодатель-

ной и нормативной базы, а также отсутствие четких мер поддержки со стороны государственных органов власти. Но проблема кроется не только в этом. Многие проекты «залеживаются на полках» вследствие незаинтересованности производственных структур и конечных потребителей в инновационной продукции. Новая идея, как товар, не получила описания набора выгод для реализации на практике и, что самое главное, не была эффективно доведена до представителей реального сектора. А значит, в какой-то степени проблема лежит в области товародвижения новшества на начальных этапах инновационного цикла.

Инфраструктура инновационной деятельности формируется не только за счет органов власти (рисунок 1). Не менее важным элементом инновационной инфраструктуры являются информационные потоки.

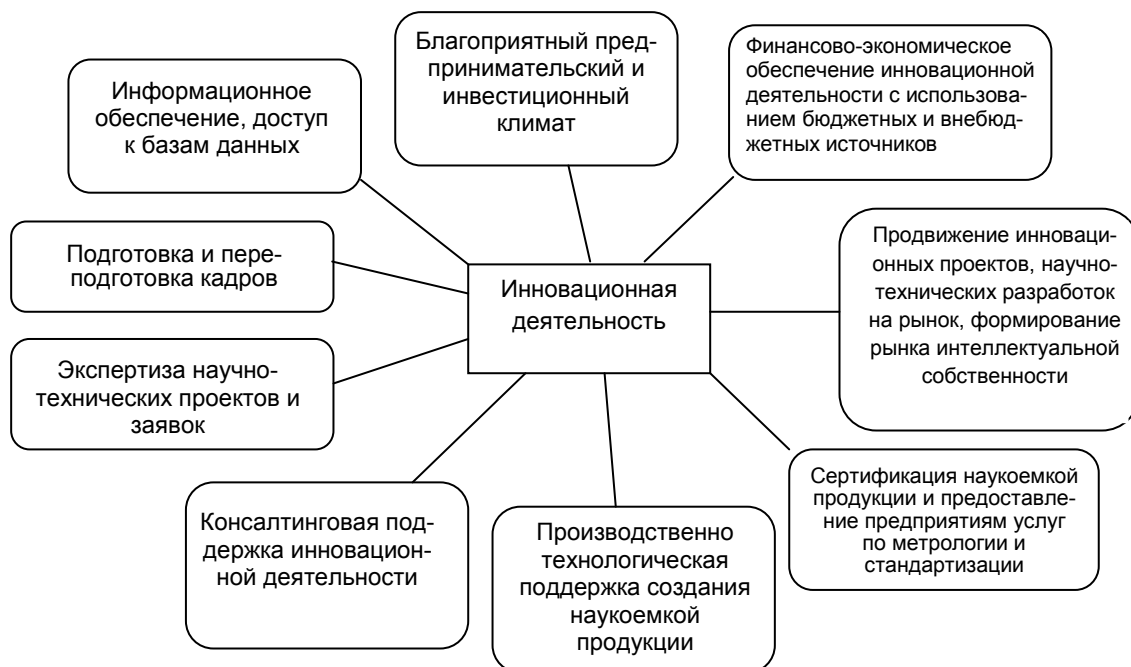


Рисунок 1 – Функции инфраструктуры инновационной деятельности

Рассматривая товародвижение новшества и информационные потоки как составляющие инновационной инфраструктуры, мы можем говорить о наличии проблем в области информационного обеспечения товародвижения.

Термин «товародвижение» входит в такие науки как маркетинг и логистика. В большинстве научных изданий, в постановлениях и нормативных актах *товародвижение* трактуется следующим образом: *процесс физического перемещения товара от производителя в места продажи или потребления* [7]. Встречаются определения с дополнительными комментариями о процессе движения: *процесс продвижения товара от производителя в розничную торговлю к покупателю или через импортера (экспортера), оптового покупателя и других участников обращения товаров*.

Филипп Котлер дает более широкое определение термину товародвижение – деятельность по планированию, выполнению и контролю физического перемещения материалов, готовых изделий и относящейся к ним информации от места их производства к месту потребления с целью удовлетворения нужд потребителей и получения прибыли.

В большинстве определений сделан акцент на физическом перемещении товара, что предопределено самой категорией. Однако существующие определения товародвижения и товара не соответствуют инновационному типу экономики. Это связано со значительным расширением границы основного понятия рыночных отношений, его элементарной формы – *товара*.

Этимология слова «товародвижение» позволяет разделить его на две составляющие (части): «товар» (относящееся к товару) и «движение».

Трактовка термина «движение» в современном мире достаточно широка и не ограничивается пониманием только физического перемещения. В большинстве словарей движение трактуется как перемещение или изменение положения.

Определение товара не столь однозначно. В XX в. под товаром понимали внешний предмет, вещь, которая, благодаря ее свойствам, удовлетворяет какие-либо человеческие потребности (К. Маркс. Капитал. Т. 1. Гл. 1. С. 43-49).

В Большом экономическом словаре *товар* определен как *материальное изделие, предлагаемое рынку с целью его приобретения, использования или потребления*.

В маркетинге используется определение Ф. Котлера: товар – это все, что может удовлетворить желания или потребность и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. Это могут быть физические объекты, услуги, лица, места, организации и идеи. Но данное определение используется редко и не закреплено основными нормативными документами в России. Также нужно отметить, что, определяя товар как «все, что может удовлетворить желания или потребность...», включая услуги и идеи, Ф. Котлер в трактовке товародвижения делает акцент на физическом перемещении товара.

По определению товар является объектом торговли и торговых правоотношений (рисунок 2). Рассматривая классификацию объектов правоотношений, мы видим, что к ним относятся, в том числе, и нематериальные объекты (имущественные права, услуги, нематериальные блага). Развитие экономических отношений привело к тому, что товаром является не только вещь, но и услуга. Сейчас рынок услуг в России и за рубежом развивается высокими темпами.

Установление новых приоритетов в развитии экономики страны повысило внимание к результатам интеллектуального труда как объектам торговли. Классификация объектов гражданских правоотношений включает интеллектуальную собственность (права на результаты интеллектуального труда). Это еще раз подтверждает наше утверждение о том, что восприятие понятия товара как материального объекта в современных условиях не актуально и слишком узко.

Р. И. Капелюшников использует следующее определение: *товар* – это определенная сумма его потребительских или производственных характеристик, а также набор сопряженных с ним прав и ограничений [5]. Близкое по содержанию дает определение И. А. Иванюк.

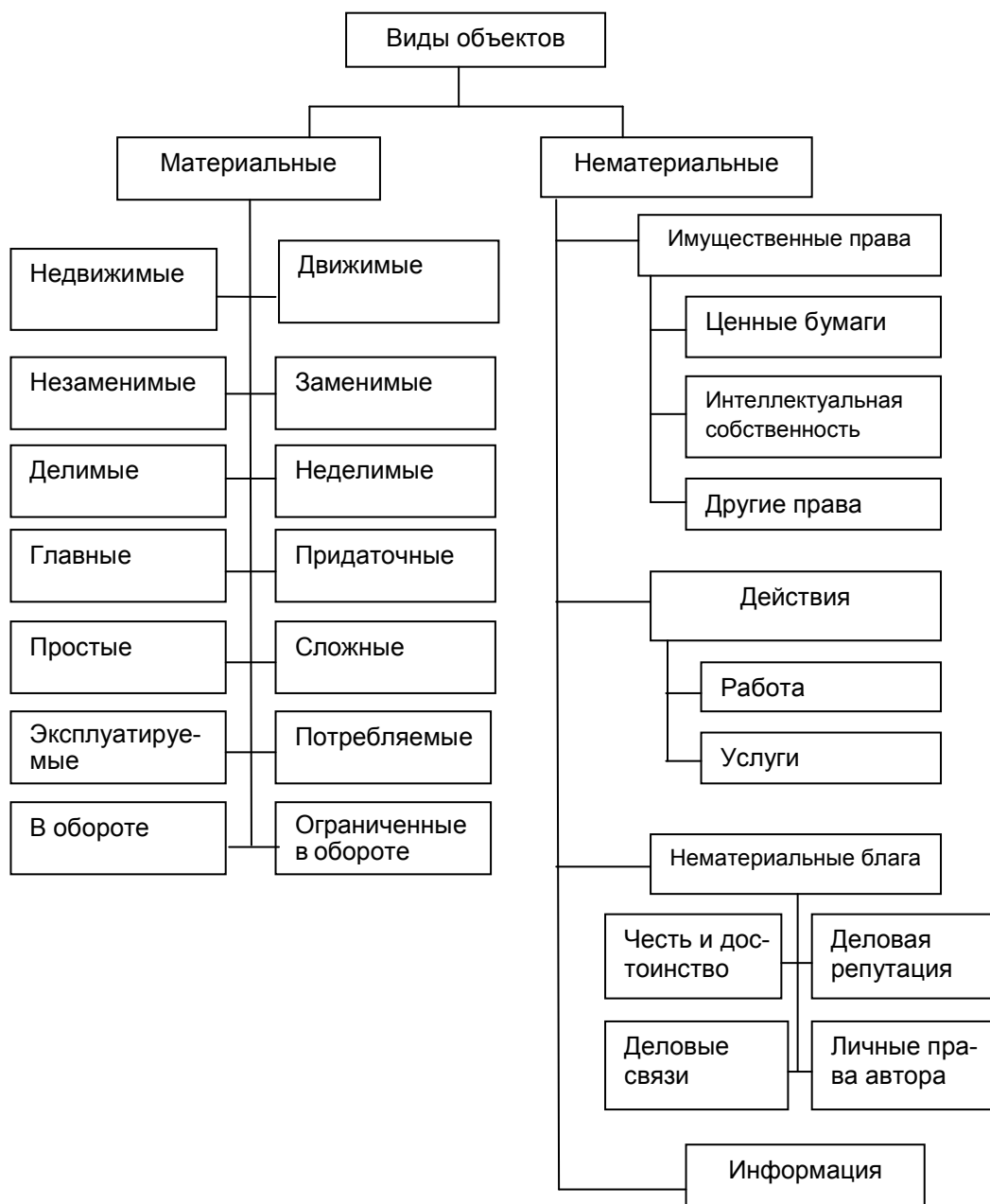


Рисунок 2 – Виды объектов гражданских правоотношений

В представленных определениях присутствует важный элемент, расширяющий понимание товара как объекта рыночных отношений, – это права и ограничения. В трудах экономистов XIX в., в частности К. Менгера<sup>1</sup>, понимание товара было более широким. *Товар – благо всякого рода, предназначенное для обмена* (в определении рассматри-

вается экономическое благо). Ключевым словом в данном определении является «благо». Именно благо рассматривается как ключевое понятие экономической теории и предшествующее для категорий ценность и товар. Наиболее распространенным является деление благ на материальные и нематериальные.

Материальные блага состоят из полезных материальных вещей и из всех прав на владение, использование материальных ве-

<sup>1</sup> Менгер Карл. Основания политической экономики. Гл 1. Учение о товаре, 1871.  
ПОЛЗУНОВСКИЙ АЛЬМАНАХ №3 2009 Том 1

щей, или на извлечение из них выгоды, или на получение от них выгоды в будущем. В том числе, материальные блага включали:

- закладные и другие долговые обязательства;
- паи в государственных и частных компаниях, все виды монополий, патентные права, авторские права;
- права прохода и проезда и другие права пользования.

Нематериальные блага делятся на внешние (репутация, деловые связи, трудовые повинности, домашние услуги и т. д.) и внутренние (способности человека, данные ему от природы, которые он развивает, в частности деловые способности, профессиональное мастерство) [6]. По мнению многих ученых большая часть нематериальных благ относится к непередаваемым (т. к. напрямую зависят от человека) и не может являться товаром.

Соответственно к товару можно отнести передаваемые материальные блага и частично внешние нематериальные блага, также относящиеся к передаваемым.

Исходя из проведенного сравнительного анализа имеющихся определений, предлагаем следующее определение:

*Товаром является овеществленная форма труда (материальные блага) и связанные с ним права, а также внешние нематериальные блага, включая услуги, деловую репутацию и т. п.* Для определения материальных и нематериальных благ, в данном случае, используется трактовка, данная А. Маршалом и представленная выше.

Инновации, которым на современном этапе развития экономики уделяется достаточно большое внимание, являются результатом интеллектуального труда. Результатами интеллектуального труда являются патенты, авторские права, идеи и т. п. В современной экономике они приобрели название «интеллектуальный продукт». Интеллектуальный продукт состоит из двух частей: идея (идейная часть) и материальный носитель, который, как правило, является объектом обмена.

Так как товар в нашем понимании это не только овеществленная форма труда, то использование в определении термина товародвижения словосочетания «физическое перемещение» является нецелесообразным.

Соответственно необходимо представить трактовку товародвижения соответствующую нашим представлениям.

*Товародвижение – это система<sup>2</sup> перемещения товара от разработчика (создателя – в лице НТО) до конечного потребителя через объекты товародвижения (производителя, оптовика и розничную торговлю).*

Неотъемлемой составляющей информационного обеспечения товародвижения является информационная система, обеспечивающая:

- сбор, накопление, обработку и хранение информации, на основе которой принимаются управленческие решения;
- возможность анализа представленных сведений; соблюдение требований к информации на предприятии или в организации;
- отлаженность и разработанность информационных потоков;
- четкое соблюдение правил организации коммуникаций;
- взаимодействие всех подразделений посредством информационных связей;
- контроль деятельности иерархических структур предприятия или организации.

Информационное обеспечение товародвижения, а также материальных, финансовых и других потоков, является актуальной темой уже несколько десятков лет. Еще в середине 80-х гг. XX в. многие специалисты пришли к выводу о необходимости разработки информационных систем для повышения эффективности управления потоками на предприятии и при взаимодействии с внешней средой. Одними из первых подобные системы разработали специалисты оборонного комплекса США. Они были предназначены для совершенствования управления материально-техническим обеспечением армии США и получили обозначение CALS (Computer Aided Logistic Support – компьютерная поддержка процесса поставок). Реализация этой концепции должна была уменьшить затраты на организацию информационного взаимодействия с учреждениями и фирмами при формировании заказов, а также привести к сокращению бумажного документооборота и повышению управляемости.

---

<sup>2</sup> Система – совокупность сущностей (объектов) и связей между ними выделенных из среды на определенное время и с определенной целью, или множество взаимосвязанных объектов и ресурсов, организованных процессом системогенеза в единое целое и, возможно, противопоставляемое среде.

## ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

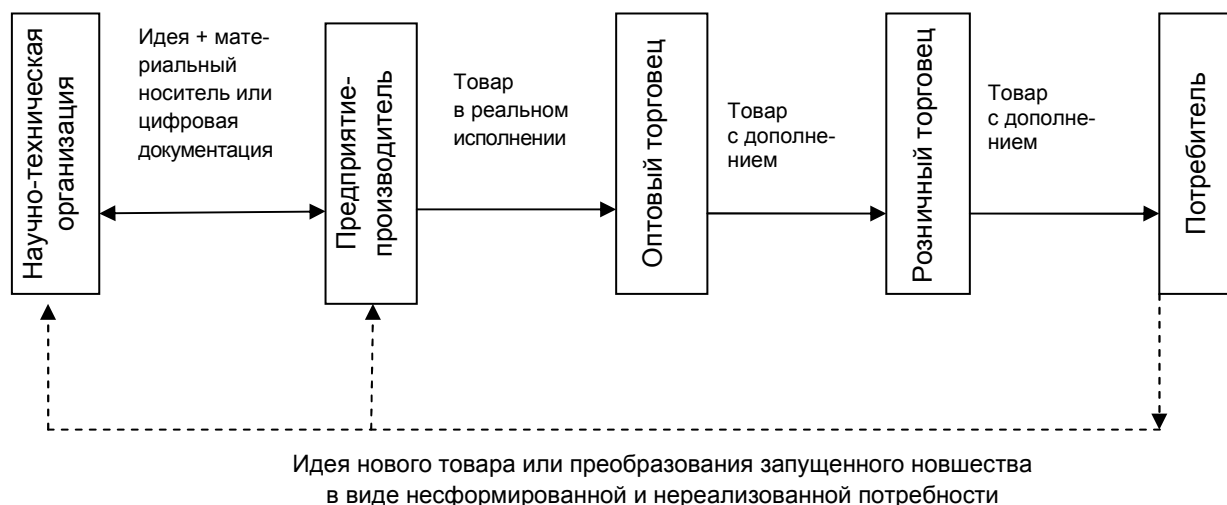


Рисунок 3 – Схема процесса товародвижения

Эволюция представленной концепции позволила последовательно включить в неё не только процесс поставок, но и другие элементы (разработку, производство, эксплуатацию, обслуживание, ремонт и т. д.). В 1990 г. началось внедрение CALS-технологий в различные отрасли промышленности. Сохранив старую аббревиатуру, концепция получила более широкую трактовку – непрерывная информационная поддержка жизненного цикла продукции (CALS – Continuous Acquisition and Life cycle Support).

Все программные продукты, используемые в CALS-технологиях, можно разделить на две группы:

1. Программные продукты, используемые для создания и преобразования информации об изделиях, производственной среде и производственных процессах, применение которых не зависит от реализации CALS-технологий (CAE-системы, CAD-системы, CAM-системы, системы MRP/ERP и т. д.);

2. Программные продукты, применение которых непосредственно связано с CALS-технологиями и требованиями соответствующих стандартов (системы PDM - Product Data Management, Project Management, системы WF - Work Flow, CRM-системы и т. д.).

По мнению многих экспертов в ближайшее время на рынке наукоемких технологий будет востребована только продукция, имеющая цифровую документацию.

Так как термин CALS зарубежными специалистами воспринимался, прежде всего, как военный, в гражданской сфере широкое

распространение получил термин Product Life Management (PLM).

В России наибольшее распространение получила лишь часть технологий, относящихся к концепции CALS: MRP-системы и ERP-системы, системы по изготовлению конструкторской документации (CAD), управление проектами и CRM-системы, а также технические средства, реализующие положения международных стандартов ISO серии 10303 STEP, FIPS 183 (IDEF/0), FIPS 184 (IDEF/1x).

Остаются практически не затронутыми, в рамках CALS-технологий, информационное обеспечение процесса создания новшества и его товародвижение до производителя, т. е. начальный этап жизненного цикла товара. Разработка модели информационного обеспечения товародвижения инновационной продукции и является актуальной на данный момент.

Основными задачами данной модели являются:

- формирование базы данных по новациям (включающим основную документацию и дополнительную информацию по использованию новшества);

- формирование базы данных по организациям-разработчикам новшеств и предприятиям-производителям, имеющим достаточный инновационный потенциал;

- разработка системы доведения информации до потенциальных производителей и инвесторов;

- формирование базы данных рыночной информации (необходимой для обоснования принятия решений о внедрении новшества).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Голиченко, О. Г. Национальная инновационная система России и основные направления ее развития / О. Г. Голиченко // *Инновации*. – 2003. – № 6.
2. Жирняева, Е. В. Товароведение / Е. В. Жирняева. – СПб. : Питер, 2002. – 416 с.
3. Завлин, П. Н. Некоторые проблемы инновационного развития / П. Н. Завлин // *Инновации*. – 2003. – № 5.
4. Иванюк, И. А. Рыночный механизм воспроизводства интеллектуального капитала : автореферат. дисс. ... д-ра эконом. наук: 08.00.01 / И. А. Иванюк. – М., 2004. – 417 с. РГБ ОД, 71:05-8/195.
5. Капелюшников, Р. И. Право собственности (очерк современной теории) / Р. И. Капелюшников // *Отечественные записки*. – 2004. – № 6.
6. Маршал, А. Принципы экономической науки / А. Маршал. – М. : Эксмо, 2008. – 832 с.
7. Постановление Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Республики Беларусь от 28.04.2003 № 22 (об утверждении СТБ 1393-2003 «Торговля. Термины и определения»).
8. Пятковский, О. И. Аналитическая система оценки инновационного потенциала технического университета и его подразделений : монография / О. И. Пятковский, С. В. Новоселов. – Новосибирск : Наука, 2007. – 221 с.
9. Шумаев, В. А. Логистика товародвижения на основе информатизации и маркетинга / В. А. Шумаев. Изд. 2-е перераб. и доп. – М. : Новый век, 2004. – 248 с.