

Дорогие читатели!

Полагаем, большинство из Вас согласятся, что сегодня важнейшей задачей для российской экономики является повышение ее конкурентоспособности. Решение этой задачи позволит обеспечить рост благосостояния и качества жизни населения, безопасность и обороноспособность страны. Отсюда следует вывод об актуальности и практической значимости научных исследований, посвященных поиску путей укрепления конкурентоспособности экономики, как на макро, так и на микро уровне. (Известно, что нет ничего более практичного, чем хорошая теория).

«Внешнеэкономическая стратегия России должна быть нацелена, в первую очередь, на переориентацию экономики от сырьевой направленности на производство и экспорт конкурентоспособной наукоемкой продукции.

Требуются дифференцированные стратегии управления отраслевыми последствиями вступления России в ВТО», – отмечает соискатель кафедры промышленной коммерции и маркетинга С.М. Мигачева из Казанского государственного технического университета им. А.Н.Туполева

«Особенность конкурентоспособности предпринимательских структур состоит в том, что она обладает отличными от простого предприятия свойствами, которые выражаются в особом характере ведения хозяйства на инновационной, рискованной основе с целью получения дохода, а также определяются личными качествами бизнесмена», – констатируют докт. экон. наук, заслуженный деятель науки Российской Федерации, профессор В.И. Беспятовых, канд. экон. наук, доцент А.С. Лукин из Вятской государственной сельскохозяйственной академии и соискатель кафедры организации производства и предпринимательства этой академии Д.Н. Пантелеев.

По мнению докт. экон. наук, профессора кафедры «Экономика и управление в пищевой промышленности» Уральского государственного экономического университета Г.Е. Ершовой и канд. экон. наук, доцента кафедры «Экономика и маркетинг» Курганского государственного университета В.С. Мироновой «... для повышения технологической активности промышленных предприятий целесообразно выполнение этапов опытно-конструкторских работ и освоения производства инноваций передать в специализированные самостоятельные фирмы».

Авторы статьи предлагают в число организаций инновационной инфраструктуры ввести еще одно инновационное предприятие, выполняющее посредническую функцию между научной и производственной сферами.

Конечно, это только часть множества различных мнений и научно-практических решений авторов статей, с которыми Вам будет интересно, надеемся, познакомиться на страницах нашего журнала.

***Редакционная коллегия
журнала «Российское предпринимательство»***

содержание

- 3 **с. мигачева** • ...и себя показать
 9 **г. ершова, в. миронова** •
 потенциал и активность
 14 **п. дороговоз** • что слышишь ты?..
 20 **д. щербаков** • **икра**... заморская
 26 **а. дюков** • не виноватая я..
 31 **о. гнеденкова** • карты вам в руки!..
 36 **н. климович** • дело – в согласии..
 41 **в. лукьянов** • уверенная поступь
 45 **о. щербакова** •
 упал, поднялся, победил
- основы предпринимательства**
 52 **д. петров** • оправданные страхи..
 56 **д. федотов** • подстели же,
 подстели..
 61 **в. беспятаых, а. лужин, д. пантелеев** •
 кто лучшие?
 66 **м. набока** • была бы «дочка»..
 71 **а. хисматуллин, н. каленская** •
 перестрой-ка меня!
 76 **в. осипенко** • подтянись!
- 82 **и. логовская** • в поисках
 совершенства
 88 **е. выборова** • все познается
 в сравнении
- 93 **н. черноносова** • розница оптом
 99 **а. филия** • наконец-то... реклама!
 105 **э. хандамова, м. щепакин,**
 в. петровский • себя не похвалишь..
 региональная экономика
 112 **л. полянская** • город N и его жители
 117 **с. прокофьев** • во граде, во компании
 121 **г. корецкий** • ...а проблемы –
 большие!
- 126 **е. иванкина** • лакомые куски..
 131 **а. сонин** • «коммунальный» бизнес
 137 **в. кудрявцев, а. шульгин** •
 всем миром..
 142 **н. кудрякова, т. яковлева** •
 большая перемена
 148 **н. абдуханова** • лучшее, конечно,
 впереди..
 153 **а. петухов** • небесная подать
 158 **а. литвинов** • изделие «Х»
 164 **м. власенко** • центр – клиенту
 169 **е. артемова, в. антилогова** •
 таити, таити..
 174 **н. куркина** • ...а кушать хочется
 всегда
 179 **в. кимерин** • продайте свет...

Российское предпринимательство, сентябрь 2007, выпуск 2

- ООО Издательство «Креативная экономика»
- **Редколлегия журнала:** Абрамов Е.Г., Абрамова Н.Ю., Бясов К.Т., Жаров А.В., Захарова А.В., Кокуева Ж.М., Куракин Н.В., Мкртчян С.С., Пикунова С.А., Селюков В.К., Черкасов В.В.
- **Дизайн** и компьютерная верстка Егоров Г.Д., Столбова М.С.
- Журнал зарегистрирован в Госкомпечати РФ. **Свидетельство** о регистрации 018934
- **Тел./факс:** (495) 648-6241
- **Адрес для писем:** 117049, г. Москва, ул. Крымский вал, д. 8
- **E-mail:** editor@RossPred.ru • www.rosspred.ru
- За достоверность сведений, указанных в рекламных объявлениях, ответственность несут рекламодатели. Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов
- © ООО Издательство «Креативная экономика», 2007.

При перепечатке ссылка на журнал «Российское предпринимательство» обязательна

...и себя показать

*реализация конкурентных преимуществ
регионов как фактор конкурентоспособности
российского государства
в условиях глобализации экономики*

*Осознание необходимости формирования
единого экономического, правового,
информационного пространства для
осуществления свободной и эффективной
предпринимательской деятельности
всех субъектов хозяйствования, привело
к трансформации интеграционных
экономических процессов в новое
системное состояние – глобализацию
мирохозяйственных связей.*

На протяжении последних пятнадцати лет внешнеэкономическая политика России была ориентирована, главным образом, на повышение степени открытости отечественной экономики. Основным ее содержанием являлась либерализация внешнеторговых и валютных операций, демонтаж системы директивного управления внешнеэкономическими связями и формирование нового механизма их государственного регулирования, а также взаимодействия с международными торговыми и финансовыми институтами.

Низкие цены на электроэнергию в России являются естественным конкурентным преимуществом, которое позволяет получать выгоды от внешней торговли продукцией других (энергоемких) отраслей. Поскольку эти выгоды переходят из одной сферы экономики в другую, для теоретического объяснения подобного эффекта, на наш взгляд, уместно введение понятия «мультипликатор сравнительных преимуществ».

Мигачева С.М.
соискатель
кафедры
промышленной
коммерции
и маркетинга
Казанского
государственного
технического
университета
им. А.Н.Туполева