

КОНСАЛТИНГОВАЯ КОМПАНИЯ «АР-КОНСАЛТ»

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ**

Сборник научных трудов по материалам
Международной научно-практической конференции

Часть III

5 мая 2014 г.

**АР-Консалт
Москва 2014**

УДК 001.1

ББК 60

А43 **Актуальные проблемы развития науки и образования:** Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 5 мая 2014 г. В 7 частях. Часть III. М.: «АР-Консалт», 2014 г.- 159 с.

ISBN 978-5-906353-97-9

ISBN 978-5-9905661-0-1 (Часть III)

В сборнике представлены результаты актуальных научных исследований ученых, докторантов, преподавателей и аспирантов по материалам Международной заочной научно-практической конференции **«Актуальные проблемы развития науки и образования»** (г. Москва, 5 мая 2014 г.)

Сборник предназначен для научных работников и преподавателей высших учебных заведений. Может использоваться в учебном процессе, в том числе в процессе обучения аспирантов, подготовки магистров и бакалавров в целях углубленного рассмотрения соответствующих проблем.

УДК 001.1

ББК 60

ISBN 978-5-906353-98-6 (Часть III)

Сборник научных трудов подготовлен по материалам, представленным в электронном виде, сохраняет авторскую редакцию, всю ответственность за содержание несут авторы

Содержание

Секция «Экономика, бизнес, управление, инновации»	7
Вербин А.А. Об эффективности интернет-экономики	7
Вшивцева К.А., Логвинова Е.П. Пути и механизмы повышения эффективности ценовой политики	12
Готфрид А.С. КСО – как необходимый элемент взаимодействия производителя с поставщиками	14
Догучаева С.М. Анализ информационных потоков в социальной сфере и в экономике	15
Егорова И.Н., Мелешко О.Н., Мелешко О.И. Состояние и перспективы развития пригородных перевозок на примере ОАО «Северо- Кавказская пригородная пассажирская компания»	17
Егорова У.П. Инновационная деятельность в Республике (Саха) Якутия..	20
Елесина В.В., Кулакова А.Е., Локотунина Н.М. Совместное использование концепции теории ограничений и «бережливого производства» с целью совершенствования системы менеджмента качества	22
Журавлева Н.В. Организация риск - менеджмента в страховых компаниях	24
Знайко О. Н., Голованов Е.Б. Экономическая безопасность как фактор устойчивости региональной экономики	25
Зубков В.Н., Парлюк Е.Г. Развитие логистического взаимодействия в системе «Железная дорога – Городской пассажирский транспорт»...	29
Зуденкова С.А. Формирование нормативно-правовой базы государственного регулирования сферы услуг	32
Журавлева Н.В., Зуденкова С.А. Проблемы оценки финансовой устойчивости предприятий сферы услуг	33
Иванова Н.М. Место энергетического комплекса России в мировой энергетической системе	34
Казанский А.В. Аккредитив как часть торгового финансирования	36
Калашникова Л.А. Особенности инновационных стратегий транснациональных корпораций нефтегазового сектора.....	38
Кейта Секу Адаптация Персонала в предприятии	40
Кирпиченко В.Н. Возможности реализации проектов по добычи нетрадиционных видов углеводородов	45
Ковальчук А.В. Состояние сетевой розничной торговли FMCG в России.	47
Жаров А.Н., Козлов Г.Е. О прогнозировании численности населения региона.....	51
Кокорева Е.О., Гениберг Т.В. Выбор и разработка маркетинговой стратегии организации на фармацевтическом рынке.....	54

Колодешникова Н.В. Роль идеи социально-экономического развития в функционировании социально-эколого-экономической системы «город».....	56
Красников А.В. Кластерный подход в инновационном развитии экономики России	57
Краснов Е. М. Сценарии развития России к 2020 году.....	60
Крышка Н.П. Интернет как вид интегрированных коммуникаций	61
Кузьмин К.А. Совершенствование механизмов экономической безопасности в коммерческом банке	63
Легконогова А.С., Барабошкина О.В. Ведение бухгалтерского учета индивидуальными предпринимателями: влияние на качество управленческих решений	64
Лепешкова М. Б. Система управления прибылью банка.....	66
Лопаткин Д.С. Устойчивость и конкурентоспособность предприятий сферы услуг	67
Мамаева Н.В., Милютин Л.Б., Николенко В.Н., Тимофеева Н.Л., Федосеев А.И. К вопросу о математическом моделировании социально-экономических процессов научной сферы	69
Мартынюк А.А., Иванова Т.Б. Состояние мировой сталелитейной отрасли в 2013 году.....	71
Линькова Н. В., Меркушева А.А. Инновационный потенциал вуза как основа инновационного развития экономики региона.....	73
Линькова Н. В., Меркушева А.А. Инновационный потенциал предприятия: подходы к определению и формирование системы показателей	76
Нагдиева Ф.С. Практические аспекты использования инвестиционного потенциала на рынке деловой недвижимости Санкт-Петербурга.....	79
Панина В.З. Неоклассические трансформации в маркетинге	83
Потворов А.И. Критерии анализа эффективности работы школ на примере Брянской области.....	86
Пустовалов С.В. Система управления кредитным риском при организации потребительского кредитования по овердрафту	88
Редина Ю.Н. Формирование региональной зоны валютного влияния рубля в условиях трансформации мировой валютной системы	91
Романенко Ю.Д. Пути государственного регулирования аграрного сектора РФ в условиях ВТО	93
Бутова Т.В., Свиридова Е.С. Особенности управления благоустройством территории муниципального образования	96
Топилина И.И. Экономика знаний как необходимая ступень развития инновационной экономики	98
Брахима Траоре Архитектура системы управления международного бренда	100

Тур В.А., Бабич А.А. Бухгалтерский анализ и аудит материальных запасов	104
Фисенко А.И. Формирование центров финансовой ответственности в морском вузе как основы реализации его стратегической цели.....	108
Фомин А.А. Основные направления совершенствования механизмов управления городским хозяйством	110
Хасанова В.Н. Экологическая политика Республики Башкортостан	111
Хуранов А.А. Преодоление различий внутрирегионального социально-экономического развития в Республике Адыгея	113
Цыганов С.И. Приток иностранных инвестиций в субъекты Российской Федерации	116
Чадова А.И., Максименко И.И. Влияния трудовой миграции на интеллектуальный капитал страны	118
Чайкина О.А., Чиркина Т.В., Рюхин А.П. Экономическая социализация детей дошкольного и младшего школьного возраста в контексте дидактического материала	119
Четыркина Н.Ю. Конкурентные отношения в России: особенности и перспективы	121
Азнабаева Г.Х., Баталова Н.Т., Шарипова В.В. Перспективы внедрения стандартов качества банковской деятельности в РФ	123
Шерстюкова А.В. Теоретические основы применения барьерных опционных стратегий	124
Шилякина А.Н. Бенчмаркинг как современный инструмент повышения конкурентоспособности	126
Юдин А.С. Стратегия диверсификации как инструмент повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятий на примере ОАО «Газпром»	128
Ярошевич Е.А., Гениберг Т.В. Методические аспекты выбора и формирования бренд-стратегии компании на рынке лекарственных препаратов	131
Секция «Государственное и правовое регулирование»	133
Бажанов Н.Н. Федеральный университет как субъект образовательных правоотношений	133
Барина Е. Я. Проблемы совершенствования правового регулирования в сфере туризма.....	134
Белогруд И.Н. Необходимость постепенного снижения доли государства в экономике	138
Бирюкова Д.А. Проблема защиты прав несовершеннолетних детей	139
Бойко Н.Н. Природоохранные полномочия органов местного самоуправления	140
Vaselovskaya A.V. Property tax: a comparative legal review of foreign law ..	142

Данилова Т.И., Денисова С.О. Важнейшие показатели социально-экономического развития России	143
Иванова Н.А. Влияние причины на формирование и становление государственной службы	146
Коровин Н.К., Шуваева К.Ю. Применение 3D технологий в расследовании преступлений.....	150
Кушарова М.П. О некоторых вопросах эффективности правосудия по гражданским делам.....	151
Личак П.Ю. Сущность социально ориентированных некоммерческих организаций и поддержки, оказываемой им органами власти	154
Личак П.Ю. Социально ориентированные некоммерческие организации как поставщики социальных услуг	156
Магзянова Е.Р. Совершенствование деятельности сотрудников в уголовно-исполнительных инспекциях	157

Вербин А.А.

Об эффективности интернет-экономики

СПГУТД (г. Санкт-Петербург)

В социологических описаниях общество промышленно развитых стран неизменно называется информационным. Правда, иногда также используются термины «постиндустриальное общество» и «общество, основанное на знании» (knowledge society). Но все эти термины считаются идентичными по содержанию. И сам Д. Белл, сделавший термин «индустриальное общество» популярным благодаря своей книге 1973 года, в нескольких местах ее указывал, что о постиндустриальном обществе можно говорить как об информационном обществе или об обществе, основанном на знании. [1].

Что же касается экономики развитых стран, то многие исследователи называют ее информационной или находящейся в стадии превращения в таковую. Отражением этого стало появление новых терминов. В 1990-х годах в экономической литературе появились термины «информационная экономика», «экономика знания» и «новая экономика». При этом считается, что они указывают на экономику, которая реализует новейшие достижения информационных и коммуникационных технологий и благодаря ним имеет конкурентные преимущества, более высокую производительность труда и стимулирует экономический рост [2].

Обосновывались все эти утверждения ссылками на биржевые показатели компаний, которые специализировались на применении информационных и коммуникационных технологий. Их быстрый рост на рубеже столетий был очевидным. Реакцией на коммерческий успех названных компаний стал небывалый рост публикаций, авторы которых обосновывали этот успех соответствующими теоретическими соображениями. Но после короткого периода биржевого бума акции компаний новой экономики в начале 2000 года рухнули с 5000 пунктов до уровня ниже отметки 2000 пунктов. А статистика по этим компаниям показала, что с 2001 по 2004 год компании новой экономики потеряли примерно 500000 рабочих мест. Соответственно, количество статей о новой экономике резко сократилось. В 2003 году их было только 5% от того количества, которое было зарегистрировано в 2000 году [3].

Спад коммерческого и теоретического ажиотажа вокруг новой экономики создал благоприятную атмосферу для беспристрастной оценки деятельности данных компаний. Анализ показал, что термин «новая экономика» имеет расплывчатое определение. Под этим термином, как писал Н. Фосс, понималась «странная амальгама идей и убеждение» в том, что при-

менение информационных и коммуникационных технологий создает необычно высокий рост производительности труда и небывалую прибыльность в этом секторе [4]. Выяснилось также, что термины «информационная экономика» и «экономика, основанная на знании» очень плохо определены, «хотя кажется, что они стремятся ухватить какие-то реальные явления». Иногда они просто считаются само собой разумеющимися [5]. Утверждения о том, что этот сектор экономики был чрезвычайно динамичным до биржевого краха в силу специфических характеристик, связанных с информацией или знаниями, также не нашел подтверждения. Напротив, выяснилось, что в период своего бума он получал большие объемы государственного финансирования (как правило, со стороны министерства обороны США). Именно это, как считается, стало причиной быстрого роста производства в этом секторе [6]. Кроме того, обсуждение данной проблематики показало, что основные теоретические понятия «знание» и «информация», используемые в литературе об информационной экономике не имеют однозначного понимания. Одни авторы считают эти термины синонимами, а для других это разные сущности, играющие разную роль при создании новой стоимости. Некоторые авторы считают, что новая стоимость создается знанием, а другие – информацией. [7].

Все это привело к тому, что примерно с 2004 года, упоминаний о новой экономике в зарубежной экономической литературе стало гораздо меньше, а потом они практически и вовсе исчезли. Но в 2010 году снова появились хвalebные заявления о новой экономике. Правда, теперь они стали относиться к компаниям, работающим на основе социальных сетей (Facebook, Groupon, Zynga, Yelp и другие). И для этого сегмента экономики были предложены новые термины: «интернет-экономика» и «экономика точка ком», т.е. перевод английского термина «dot com economy». Ряд этих компаний, объявляя о своем планируемом росте и необходимости новых инвестиций, вышли на биржу, т.е. стали акционерными компаниями. Первыми в этом плане стали Groupon, Zynga, Yelp, а потом и Facebook. Но так как оборот и финансовый потенциал у компании Facebook более мощный, то интерес коммерческой прессы и инвесторов сосредоточился именно на ней. Акции этой компании были размещены на бирже в мае 2011 года по цене 38 долларов за акцию, что дало компании дополнительные финансовые средства в размере 105 млрд. долларов. Этот мощный приток капитала стал поводом для очень высоких оценок ее деятельности. А сам успех стал объясняться огромным числом пользователей социальных сетей, с которыми связаны эти компании. Дело в том, что вокруг этих сетей создаются специфические аудитории, которые становятся своеобразными целевыми аудиториями, которые как магниты притягивают рекламные агентства.

Но все эти высокие оценки не оправдались, и история повторилась. Как писал Дж. Стюарт, короткий период «эйфории уступил дорогу все возрастающему беспокойству», поскольку цена акций не возрастала, как ожидалось, а стояла на месте. А после того как в конце года был опубликован годовой отчет компании Facebook, стало очевидно, что все оптимистические прогнозы и надежды акционеров на быстрый рост компании не оправдались. Акции компании Facebook начали падать, дойдя до отметки 19,05 доллара за акцию. Аналогичное развитие наблюдалось и у других подобных компаний (Groupon, Zynga, Yelp и LinkedIn): сначала их акции поднялись, а потом рухнули. А компании Twitter и LivingSocial отказались выходить на биржу [8].

Таким образом, новая волна ажиотажа вокруг интернет-компаний тоже сошла на нет. И в теоретическом плане в специализированной литературе не появилось никаких обоснований наличия у этих компаний каких-то чисто экономических характеристик, которые будто бы делают их чрезвычайно эффективными или указывают на какие-то их новые экономические характеристики. Также не появилось никакого решения вопросов о значимости знания и информации в коммерческой деятельности. Как нам представляется, таких теоретических оснований и не может быть. И вот почему.

Мы полагаем, что данный вопрос (знание или информация создают новую стоимость) не является принципиальным, поскольку в коммерческой сфере, в которой доминирует конкуренция, и знание, и информация всегда могут изыматься из открытого доступа и становиться «секретом фирмы». Мы считаем более важным выяснить, может ли какой-то отдельный сектор экономики обладать какой-то специфической эффективностью, тогда как другие сектора имеют некую усредненную эффективность. Не претендуя на полное решение этого теоретического вопроса, мы предлагаем обратить внимание на следующее.

Бесспорно, что факторами производства являются земля, труд и капитал. Знание и информация, благодаря которым, как утверждается, информационная экономика как бы обладает необычно высокой эффективностью, относится к фактору «труд» (а не земля и капитал). Носителями же этого фактора являются высококвалифицированные работники. Считать, что именно такие работники являются фактором, определяющим специфическую эффективность информационной экономики, равносильно утверждению того, что все они сосредоточены именно в информационном секторе экономики. Но это не так. Данный вопрос изучался, и ответ на этот вопрос известен: сегментом экономики, в котором сосредоточены самые высококвалифицированные работники, т.е. самым наукоемким сегментом промышленности в США, например, являются авиакосмическая, военная промышленность и приборостроение [9]. К тому же, информационные

технологии присутствуют во многих промышленных товарах (самолетах, автомобилях, бытовой технике и некоторых других). Поэтому, если сами по себе информационные и коммуникационные технологии обладают какими-то специфическими характеристиками, которые делают компании, применяющие их, чрезвычайно эффективными, то почему этим же технологиям не приписывается столь же высокая эффективность, когда они встроены в продукты других секторов производства.

Есть и еще одно соображение, которое, как нам представляется, мешает принять тезис о некоей необычайно высокой эффективности знания и информации, привносимых высококвалифицированными работниками в информационные и коммуникационные сегменты экономики. В ряде исследований указывалось, что для работодателей эти работники (программисты) не являются носителями какого-то специфического знания (редкого знания, недоступного для других сегментов экономики). И отношение к ним со стороны работодателей точно такое же, как и в других отраслях. Еще в 1990 году А. Тофлер писал, что инженеры и программисты космического сектора ощущают себя лишь только рабочими сборочных линий или же операторами штамповочных машин [10]. А С. Хэд в своей книге «Безжалостная новая экономика» писал, что эти специалисты так же «безжалостно эксплуатируются», как и наемные работники в других отраслях, причем степень их эксплуатации иногда приобретает формы, «сходные с теми которые были характерны для XIX и начала XX века» [11].

При обсуждении будто бы особой эффективности компаний, работающих на базе интернета, часто возникают ссылки на работу компании «Амазон». Она возникла в 1994 году как изготовитель и распространитель электронных книг. Но сейчас ее деятельность чрезвычайно диверсифицирована, а сбыт книг — это только вершина айсберга. И это потому, что для нее диверсификация стала единственным способом выжить в условиях очень жесткой конкуренции. Коммерческим преимуществом в этой деятельности для «Амазон» стало накопление огромной клиентской базы. Располагая этой базой, она превратилась в коммерческую структуру, которая имеет больший доход от оплаты за свои услуги другим компаниям благодаря информации о клиентской базе и ее покупательском потенциале. Но специалисты по менеджменту, указывая на успешность компании «Амазон», отмечают проблемы, с которыми она сталкивается. Первая состоит в том, что она теперь больше зависит от многочисленных фирм, которые пользуются ее услугами, чем от сбыта своей исходной продукции. А вторая заключается в том, что финансовые регуляторы США стали пристально присматриваться к ее деятельности. И это потому, что между компанией «Амазон» и ее фирмами-клиентами возникают «конфликты интересов», которые сравнимы со сходной ситуацией в известном банке Goldman Sachs, которому американские финансовые регуляторы предъявляли

претензии накануне финансового кризиса 2008 года. (Как известно, банк обвиняли в том, что он функционирует одновременно и как трейдер, и как брокер.) Озабоченность финансовых органов США вызывает то, что сам факт сложных и своеобразных взаимоотношений «Амазон» со своими клиентами создал массу гибридных компаний. Поэтому коммерческая деятельность компании создает ситуацию «непрозрачности всех ее операций и, соответственно, проблематичности сбора налогов с продаж» [12]. Поэтому ссылки на ее эффективность как пример деятельности интернет-компаний не являются корректными, поскольку ее интернет-деятельность представляет собой только маленький фрагмент от всей ее деятельности.

Если представленные рассуждения не будут оспорены, то, по крайней мере, на данном этапе исследования, нет оснований приписывать информационным и коммуникационным технологиям какие-то исключительные чисто экономические характеристики, дающие им какие-то конкурентные преимущества. При этом мы, разумеется, не отрицаем того, что эти технологии, как и всякие другие новые технологии, в период своего начального применения могут, именно в силу своей новизны, давать временное преимущество тем, кто первым внедряет их. Что же касается ажиотажа, создаваемого вокруг них, то, как нам представляется, он исходит от самих производителей этих технологий, естественно, заинтересованных в их сбыте.

Литература:

1. Bell D. *The Coming of the Postindustrial Society*. Penguin Books, 1973. P. 33-39, 467.

2. Kelly K. *New Rules for the New Economy*. N.Y.: Viking, 1998; Bernstein P. *Are Networks Driving the New Economy?* // *Harvard Business Review*. November-December 1998. P. 159-166; Трофимова А.А., Коршунов И.А. Современный инновационный менеджмент // *Инновации*, 2003, № 2/3. С. 85; Бережнов Г.В., *Инновационная деятельность предприятия*. М.: Изд. Дом «Мелан», 2006. С. 10; Ясин Е., Снегова М. Институциональные проблемы России в мировом контексте // *Вопросы экономики*, 2010, № 1, 2009. С. 25-26.

3. *The Economist*, 13.09.2003. P. 65; Horn F. *L'Economie des logiciels*. P.: Découverte, 2004. P. 30.

4. Foss N. J., *Strategy, Economic Organization, and the Knowledge Economy*. Oxford: Oxford University Press, 2005. P. 18-19.

5. Foss N., *Opus cit.* P. 4, 6. См. также Rothberg H., Erickson G., *From Knowledge to Intelligence*. Amsterdam, Boston, N.Y.: Elsevier, 2005. P. xxiii.

6. Artus P. *Macroeconomie. Problèmes contemporaines*. P.; *Economica*, 2003. P. 3; Foss N., *Opus cit.* P. 1, 4, 6.

7. Nonaka, I. and Teece, D.J. *Managing Knowledge*. London: Sage, 2001. P. 130.

8. Stewart J.B., *From Bubble to Fizzle for Social media* // *International Herald Tribune*, 20.08.2012. P. 17.

9. Варшавский А.У. Наукоемкие отрасли и высокие технологии // *Экономическая наука современной России*, 2000, №10. С. 69.

10. Toffler A. Powershift. Knowledge, Wealth and Violence at the Age of 21st Century. N.Y., Toronto: Bentam Books, 1990. P. 215.

11. Head S. The New Ruthless New Economy. Work and Power in the Digital Work. Oxford: Oxford University Press, 2003. P. 109, 117.

12. Jopson B., From Warehouse to Powerhouse // Financial Times, 9.07.2012. P. 7.

Вшивцева К.А., Логвинова Е.П.

Пути и механизмы повышения эффективности ценовой политики

ТГУ (г.Новый Уренгой)

При определении цены необходимо уложиться между ее низшим пределом (которым является собственная структура издержек) и высшим пределом, который определяется спросом на конкретном рынке. Именно в этих пределах следует рассматривать чувствительность к цене покупателей.

Альтернативы ценовой политики, которые может использовать продавец, приведены в таблице 1.

Таблица 1

Альтернативы ценовой политики

Альтернативы поведения	Возможные обоснования	Последствия
Удерживать цену и потребительскую оценку, но потерять часть потребителей	Высокое доверие потребителей к фирме. Фирма согласна отдать конкурентам часть своих клиентов	Сокращение доли рынка, снижение прибыли
Поднять цену и потребительскую оценку, улучшив продукт и его рекламу	Высокие цены нужны для покрытия затрат. Повышение цен оправдано улучшением качества товара	Сокращение доли рынка, сохранение прибыли
Удерживать цену и улучшить отношение потребителя к товару	Поднять уровень потребительской оценки обойдется дешевле, чем снизить цены	Сокращение доли рынка, краткосрочное снижение прибыли, затем - подъем
Немного снизить цену и повысить потребительскую оценку	Приходится снизить цену, хотя потребительская оценка повышается	Сохранение доли рынка, краткосрочное снижение прибыли, далее — рост за счет увеличения выпуска

Снизить цену до цены конкурента, но сохранить высокую полезность	Необходимость подавить конкурента ценовой атакой	Доля рынка сохраняется, но при краткосрочном снижении прибыли
Снизить и цену, и полезность до уровня конкурента	Стремление подавить конкурента ценовой атакой и сохранить общую сумму прибыли	Доля рынка и прибыль сохраняются, далее – падают
Удерживать цену и снижать полезность за счет качества	Снижение расходов на маркетинг, экономия издержек	Сокращение доли рынка, прибыль сохраняется, далее прибыль снижается

Каждая из альтернатив изменения цены имеет свое обоснование для применения и, соответственно, имеет различные последствия.

Рассмотрим вариант выделения категорий с целью позиционирования на примере метода качественно-ценового позиционирования.

На рисунке 1 представлены стратегии качественно-ценового позиционирования.

		Средний уровень цен		
		Высокий	Средний	Низкий
Средний уровень качества	Высокий	Стратегия премиальных наценок (больше за большее)	Стратегия глубокого проникновения (то же самое за меньшую цену)	Стратегия повышенной значимости (больше за меньше)
	Средний	Стратегия завышенной цены	Стратегия среднего уровня	Стратегия доброкачественности (больше за меньше)
	Низкий	Стратегия ограбления	Стратегия показного блеска	Стратегия низкой ценностной значимости (меньше за меньше)

Рис. 1. Качественно-ценовое позиционирование

Таким образом, определяя конкретные уровни цен с учетом альтернатив и стратегий ценовой политики, фирма ориентируется на уже существующие рыночные цены, либо формирует их в соответствии с производственными затратами, либо исходя из так называемой целевой нормы прибыли.

Литература:

1.Репин В.В. Технологии управления финансами предприятия. - М.: АТКА-РА, 2007. – 380с.

2.Современные ценовые стратегии // Современные торговые технологии. 2010. № 2.

3.Фредерик У. мл Стратегия ценообразования // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2009. № 1.

Готфрид А.С.

**КСО – как необходимый элемент взаимодействия производителя
с поставщиками**

ТвГУ (г. Тверь)

Интерес к вопросу социальной ответственности бизнеса в России появился сравнительно недавно, несмотря на то, что элементы социальной ответственности предприятий можно было наблюдать ещё в советское время. Одной из причин столь стремительного распространения данного явления в российском бизнесе, по мнению специалистов в данной области, стало стремление отечественных компаний не отставать от европейских фирм, успешно реализующих программы в области корпоративной социальной ответственности (КСО). С другой стороны, рост конкуренции вынуждает руководство компаний искать новые пути повышения конкурентоспособности, одним из которых является ведение социально ответственного бизнеса.

Термин «социальная ответственность» имеет различные трактовки. Так, согласно Национальному стандарту Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 26000 – 2010, социальная ответственность – это «ответственность организации за воздействие её решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение» [1]. И.Ю. Беляева и М.А. Эскиндаров под корпоративной социальной ответственностью понимают «обязательство бизнеса осуществлять добровольный вклад в развитие общества, включая социальную, экономическую и экологическую сферы, принятое компанией сверх того, что требует закон и экономическая ситуация» [2].

Необходимость реализации программ КСО имеется, в основном, у крупных компаний и международных корпораций. Осознание крупными корпорациями важности программ КСО для общества и влияние данных программ на репутацию компании определяет необходимость сотрудничества с поставщиками. Наличие большого количества поставщиков явля-

ется источником существенных рисков, как прямых (качество сырья, бракованная продукция), так и косвенных (поставка сырья, добываемого в охраняемых зонах; использование детского труда) [3]. Следует сказать и о том, что социально безответственное поведение поставщиков сырья и производителей изделий может привести к убыткам для оптовых и розничных торговых сетей.

Требования к поставщикам предъявляют не корпорации, а, прежде всего, общество, и рассматривать его нужно не с точки зрения затрат на глобальные проекты в сфере КСО, а как источник новых конкурентных преимуществ и прибыли [3]. Ведь для того, чтобы крупная фирма изъявила желание заключить договор, поставщикам не нужно тратить большие суммы денег на реализацию социальных проектов, достаточно лишь при осуществлении своей деятельности, при прочих равных обстоятельствах, разделять интересы общества и учитывать влияние своей деятельности на окружающую среду. В этой связи становится актуальным вопрос об управлении производителями деятельностью поставщиков с учетом реализуемых производителями программ в области КСО.

Литература:

1. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 26000. Руководство по социальной ответственности. – 2010. – 128 с.

2. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография / под общ. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. — М.: КНОРУС, 2008. – 504 с.

3. Хромов-Борисов С. Связанные одной цепью. / С. Хромов-Борисов // [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.emitent-spb.ru

Догучаева С.М.

Анализ информационных потоков в социальной сфере и в экономике

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г.Москва

Современный человек живет в период резкого увеличения информационных потоков и в социальной сфере и в экономике. Современная бизнес-среда ставит перед компаниями задачи стратегического характера, которые с каждым днем становятся все сложнее.[3]

Наибольший рост объемов информации наблюдается в промышленной торговле, поскольку банки предприятия, фирмы и т.д. имеют потребности в качественном изменении технологии и управления труда. Суть таких изменений в том, что и руководство и специалисты должны практически мгновенно получать информацию для анализа ситуации. Разработка эффективных методов решения задач такого класса позволяет установить функциональную зависимость основных параметров процесса от входных данных, дающие возможность рассчитывать и прогнозировать эволюцию среды [4,5] с помощью инфокоммуникационных технологий (ИКТ).

строятся на базе локальных корпоративных и глобальных сетей с использованием средств Интернет-технологий и дают доступ к удаленным ресурсам всех стран.

С применением ИКТ решаются, к примеру, следующие маркетинговые задачи:

- изучение характера рынка;
- анализ потенциальных возможностей;
- изучение товаров конкурентов на рынке;
- изучение спроса на собственный товар;
- краткосрочное и долгосрочное прогнозирование продаж и т.д.

Изучение эффектов рекламной деятельности ИКТ предоставляет руководителю и специалистам маркетинговых служб на их Автоматические рабочие места (АРМ) мгновенно получать всю исчерпывающую информацию о товарах и услугах, ценах на них, и т.д.

С развитием ИКТ и сервисом облачных технологий стремительно развивается «сетевой» сектор экономики, который по прогнозам аналитиков будет доминировать в 21 веке.[1] Продукция сетевой экономики включает в себя собранную переработанную и переданную пользователю информацию, которая предложена на рынке в качестве товара (документы, прайсы, и т.д.). Стремительное развитие ИКТ и облачных технологий объясняется весьма просто – эта бизнес-модель аутсорсинга при внедрении ИКТ- решений продвигается на рынок.[6]

Сетевая экономика очень востребована и в маркетинговых исследованиях, которые в свою очередь базируются на применении различных экономико-математических методов, среди которых следует выделить:

- имитационные методы, применяемые, когда переменные, влияющие на маркетинговую систему, не поддаются аналитическим решениям;
- методы статистической теории принятия решений, используемые для описания реакции потребителей на изменение рыночной ситуации.[2]

Система маркетинговой информации, опираясь на перечисленные экономико-математические методы, дает возможность определить:

- влияние основных факторов на сбыт продукции;
- возможность сбыта при росте цен или расходов на рекламу в соответствующем размере;
- оценку деятельности предприятия на рынке и др.

Главную роль в этом играют оптимальные оценки, выражающие эффективность использования ресурсов, сравнительную эффективность объектов оптимизируемой системы, вошедших в решение задач и в экономико-математическое моделирование с использованием ИТ-сервисов и облачных вычислений.[4]

Совершенствование теории и методологии оценки устойчивого развития социально-экономических систем на базе системного анализа и эко-

номико-математического моделирования является актуальной научной проблемой, решение которой позволит не только описывать ресурсный потенциал хозяйственной системы и динамику изменения ее показателей, но и разработать стратегию развития исходя из приоритетов стабильности и устойчивости ее.

Литература

1. Ernst & Young Global Limited (EY): Первая международная консалтинговая компания в России в области аудиторских и бухгалтерских услуг, налогообложения. // <http://www.ey.com>.
 2. Белов А.Г. // Практика управления. - М.: «1-С Паблишинг», 2012
 3. Догучаева С.М. Качественное исследование нелинейных задач параболического типа в области применения новых информационных технологий. «Информатизация и связь». - М: 2013 №1.- С.31-34.
 4. Догучаева С.М. Системный подход в экономико-математическом моделировании// Научные итоги 2013 года: достижения, проекты, гипотезы. - Новосибирск: 2013. – С.167-172.
 5. Догучаева С.М. Новые процессы разработки для определения эколого-экономической ценности природных ресурсов// Международный технико-экономический журнал. - М: 2013 №6.- С.74-78.
 6. Догучаева С.М. Инструменты повышения эффективности использования ИТ-систем// Новые информационные технологии в образовании : Сборник научных трудов 14-ой международной научно – практической конференции «Новые информационные технологии в образовании: Применение технологий « 1С» для повышения эффективности деятельности организаций образования» 28-29 января 2014года. Под общей редакцией доктора экономических наук, профессора Д.В.Чистова. Часть1. – М.: ООО «1С - Паблишинг». – 2014. – С. 492 – 493.
 7. Исаев Г.И.// Информационные системы в экономике. – М.: «Омега», 2012.
-

Егорова И.Н., Мелешко О.Н., Мелешко О.И.

Состояние и перспективы развития пригородных перевозок на примере ОАО «Северо-Кавказская пригородная пассажирская компания»

ФГБОУ ВПО РГУПС (г. Ростов-на-Дону)

Перевозки пассажиров в пригородном железнодорожном сообщении призваны удовлетворить одну из базовых, первоочередных потребностей граждан Российской Федерации в свободе передвижения. Стабильность и высокое качество осуществление перевозок способствует развитию рынка труда и оказывает положительный эффект на экономику региона и страны в целом.

Трудно переоценить значение железнодорожного пригородного транспорта. Большое количество пассажиров отдает предпочтение электричкам из-за огромного количества пробок, плохого состояния автомобильных дорог и множества других причин.

Одной из основных целей Северо-Кавказской пригородной пассажирской компании является повышение удовлетворенности пассажиров поездкой и, как следствие, привлечение пассажиров на железнодорожный транспорт. Для этого необходимо выполнять существующие требования, такие как, наличие необходимых услуг, комфорт в пути следования, удобный доступ к инфраструктуре и др.

Значимость данного вида перевозок подтверждает и тот, факт, что с каждым годом улучшаются основные показатели. Анализ объемных показателей деятельности компании по выполнению основных видов услуг свидетельствует о постоянном увеличении количества перевезенных пассажиров на полигоне, обслуживаемом пригородной пассажирской компанией. Так, сравнительные данные за 2012 и 2013 годы представлены в таблице.

Таблица 1 – Количество перевезенных пассажиров на полигоне, обслуживаемом ОАО «СКППК», за 2012 и 2013 годы

Категория пассажиров	Ед. изм.	Период		% к 2012г.
		2012 год	2013 год	
платные	тыс. чел.	12 464,268	12 982,225	104,2
железнодорожники	тыс. чел.	1 056,451	1 253,415	118,6
федеральные льготники	тыс. чел.	4 722,755	4 952,033	104,9
учащиеся	тыс. чел.	2 346,074	2 428,017	103,5
региональные льготники	тыс. чел.	3 859,236	3 990,798	103,4
военнослужащие	тыс. чел.	31,054	28,255	91,0
Итого:	тыс. чел.	24 479,838	25 634,743	104,7

Тем не менее, существует множество проблем в обслуживании пассажиров, таких как износ подвижного состава, недостаточный уровень комфорта, в результате чего большое количество пассажиров готово отказаться от услуг железнодорожного транспорта при определенных условиях.

Основными факторами, негативно влияющими на качество пригородных перевозок в 2013 году стали:

- сокращение количества электропоездов (только в Ставропольском крае за 2013 г. было сокращено 40 электропоездов);
- рост переполняемости составов (в часы пик более 160%);
- низкие темпы повышения комфортабельности поездов.

Формирование отношений потребителей – важная составляющая прогнозирования спроса населения на услуги железнодорожного транспорта. Определить, как именно формируется отношение пассажиров железнодорожного и конкурирующих видов транспорта, очень важно, так как это позволяет определить направление для дальнейших действий по формированию лояльности пассажиров к услугам железнодорожного транспорта.

В ОАО «СКППК» систематически проводится мониторинг удовлетворенности потребителей, который основывается на анализе информации, полученной от потребителей в виде обращений, в ходе проводимых исследований по определению степени удовлетворенности потребителей услугами компании.

За 12 месяцев 2013 года в компанию поступило 277 письменных обращений (единый информационно-сервисный центр ОАО «РЖД» (ЕИСК), почта, обращения на адрес электронной почты компании, книги жалоб и предложений на участках и пр.), что на 16 % меньше, чем за аналогичный период 2012 года. На все обращения заявителям был направлен письменный ответ.

Оценка удовлетворенности характеристик проводилась потребителями на основании десятибалльной шкалы. Каждая характеристика получала оценку от 1 до 10 баллов.



Рисунок 1 – Оценка удовлетворенности пассажиров пригородными железнодорожными перевозками

Одним из приоритетных направлений компании на 2013 год является расширение каналов реализации проездных документов на пригородные поезда путем внедрения терминалов самообслуживания. В планах совершенствовать систему, а именно обеспечить возможность оплаты не только по наличному расчету, но и безналичному, а так же расширить предоставляемые сервисы для пассажиров. В 2013 году ОАО «СКППК» продолжена работа по привлечению пассажиров к оформлению железнодорожных проездных документов на пригородные поезда через билетопечатающие автоматы (БПА).

По состоянию на 31.12.2013 г. установлено 150 билетопечатающих автоматов, из них 114 - на станциях, расположенных на территории Ростовской области и 36 - на станциях, расположенных на территории Ставропольского края.

Продажа проездных документов через сеть билетопечатающих автоматов в 2013 году имела положительную динамику. Так, за 12 месяцев 2013 года количество билетов, проданных через БПА, составило 325 842 билета, что в 5,5 раз больше, чем за аналогичный период 2012 года (59 108 билетов).

В части реализации программы лояльности для пассажиров запущена специальная программа, позволяющая в режиме реального времени анализировать пассажиропотоки и реагировать на их изменение. К примеру, при увеличении количества желающих уехать к составам поездов добавляются дополнительные вагоны.

Кроме того, в рамках программы лояльности все пригородные поезда ОАО «СКППК» сопровождают охранники, что обеспечивает максимальный комфорт и безопасность пассажиров.

Дальнейшая реализация намеченных мероприятий позволит повысить мобильность населения с выходом в среднесрочной перспективе на среднегодовые темпы роста пригородного пассажирооборота около 2,2 процента, кроме того, позволит существенно улучшить качество услуг пригородного железнодорожного сообщения для жителей крупных городских агломераций страны.

Егорова У.П.

Инновационная деятельность в Республике (Саха) Якутия

Северо-Восточный федеральный университет (г. Якутск)

Ядром инновационной экономики являются получение новых знаний, трансформация этих знаний в качественно новые технику, технологии, обеспечение практического освоения новых наукоемких продуктов и включение их в жизнедеятельность общества. Соответственно инновационная деятельность, чем дальше, тем больше становится уже не просто одной из составляющих частей общей экономической жизни, а ее решающей частью. Вместе с тем, как и все другие виды деятельности, для своего успешного осуществления инновационная деятельность нуждается в соответствующей инфраструктуре. Сегодня эта проблема встала особенно остро, поскольку в 2002 году было принято стратегическое решение о том, что для сохранения Россией места среди ведущих держав мира необходим перевод ее экономики с преимущественно сырьевого на инновационный путь развития. Для обеспечения реального и успешного решения данной стратегической задачи проблема формирования в Российской Федерации эффективной инновационной инфраструктуры имеет огромное значение.

В государственной программе «Основы политики Российской Федерации в области развития науки и технологий до 2010 года и на дальнейшую перспективу», отмечено, что переход к инновационному развитию страны является главной целью государственной политики. Об этом говорилось также на совместном заседании Совета Безопасности Российской Федерации и Президиума Государственного Совета от 24 февраля 2004 г. Такой переход невозможен без модернизации промышленности на основе инноваций, приоритетного развития обрабатывающих, наукоемких отраслей экономики, увеличения объема выпуска продукции, ее доли в экспорте, улучшения показателей материалоемкости и энергоемкости производства.

В настоящее время серьезным препятствием в развитии инновационной деятельности в стране, в том числе и в нашей республике, является отсутствие законодательной базы, в частности, нормативно-правовых актов, регулирующих этот процесс. Отсутствуют федеральные законы об инновационной деятельности и государственной политике, об интеллектуальной собственности и т.д. Все это, безусловно, сдерживает развитие инновационной деятельности в Якутии.

Роль Республики Саха (Якутия) в инновационном развитии страны обусловлена наличием высокого уровня квалификации человеческих ресурсов и активностью межсекторного взаимодействия промышленности, малого бизнеса и науки. Основным приоритетом в развитии инноваций является научно-техническая сфера в виду того, что Республика Саха (Якутия) является промышленным регионом с высоким уровнем природных ресурсов.

Большую роль в инновационном развитии региона играют многопрофильные научно-образовательные комплексы, которые занимаются разработкой инновационных технологий и в состоянии внедрить в предприятия Республики Саха (Якутия). Основными представителями этих комплексов являются «Технопарк “Якутия”», венчурная компания «Якутия», Арктический инновационный центр Северо-Восточного федерального университета, агентство координации инновационного бизнеса.

Главными задачами социально-экономического развития Республики Саха (Якутия) на период до 2020 г. являются:

- создание транспортной, энергетической и информационной инфраструктуры, обеспечивающей конкурентоспособное развитие базовых отраслей производства, комфортные условия проживания и коммуникативную свободу населения;

- осуществление масштабной диверсификации экономики с опорой на топливно-энергетический блок развитие существующих и создание новых направлений в минерально-сырьевом комплексе, стимулирование ювелирного и гранитного производства, создание наукоемких высокотехноло-

гичных производств, учитывающих северную специфику, развитие черной и цветной металлургии, лесного комплекса, туризма и малого бизнеса;

- развитие материальной и совершенствование законодательно-организационной базы строительной отрасли для обеспечения реализации крупных инвестиционных проектов и ускорения жилищного строительства.

С учетом перехода России на инновационный путь развития Правительством Республики Саха (Якутия) активно предпринимаются организационные и управленческие меры, направленные на поддержку инновационных проектов и идей.

Литература:

1. Сборник Указов и распоряжений Президента Республики Саха (Якутия), постановлений и распоряжений Правительства Республики Саха (Якутия) в области науки и научно-технической политики. Якутск: Изд-во ЯНЦ СО РАН, 2001.

2. Социально-экономическое положение Республики Саха (Якутия). Стат. сборник / Комитет государственной статистики Республики Саха (Якутия). Якутск, 2004.

3. Бекетов Н.В., Павлова С.Н. Оценка экономической эффективности инноваций и состояния охраны интеллектуальной собственности в Республике Саха (Якутия). М.: ИНИОН РАН, 2003.

4. Мярин А.Н. Проблемы и перспективы развития субъектов инновационной инфраструктуры на территории Республики Саха (Якутия) // Наука и образование. 2006.

5. Шепелев Г.В. Проблемы развития инновационной инфраструктуры // Инновации. 2005. - № 2 (79).

Елесина В.В., Кулакова А.Е., Локотуннина Н.М.

**Совместное использование концепции теории ограничений и
«бережливого производства» с целью совершенствования
системы менеджмента качества**

МГТУ им. Г.И. Носова (г. Магнитогорск)

Система менеджмента качества (СМК) в настоящее время является одним из ведущих направлений конкурентной борьбы на мировом и региональных рынках[1].

Для развития СМК желательно, чтобы она сочеталась с логистическими системами. На сегодняшний день одной из таких систем является «бережливое производство» – концепция, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь. Системы «бережливого производства» сфокусированы на разумном сокращении размеров заказа на выпуск продукции, удовлетворяющей спрос при повышении ее качества; на постоянном повышении квалификации производственного персонала, охватывающем весь контингент; на снижении уровня запасов используемых ресурсов и обеспечении высокого стабильного качества продукции[2]. Благодаря своей универсальности концепция «бережливого производства» может быть внедрена в различных отраслях: в электронной промышленно-

сти, авиапроме, автопроме, в цветной и чёрной металлургии. Но несмотря на сокращение времени производственных операций и увеличение производительности не всегда ощущается заметный финансовый эффект. Это говорит о том, что у «бережливого производства» имеется недостаток: весь процесс разбивается на составные части, в каждой из которых реализуются отдельные улучшения, не всегда приводящие к общему эффекту.

Также на сегодняшний день очень популярным является применение теории ограничений. Теория ограничений – методология менеджмента, в основе которой лежит нахождение и управление ключевым ограничением системы, которое предопределяет успех и эффективность всей системы в целом. Основной особенностью методологии является то, что делая усилия над управлением очень малым количеством аспектов системы (так называемыми «узкими местами»), достигается эффект, намного превышающий результат одновременного воздействия на все или большинство проблемных областей системы сразу[3]. «Узким местом» может быть все, что ограничивает производительность системы (цепочка сильна настолько, насколько сильно ее самое слабое звено).

Проанализировав данные концепции, можно сформулировать общую методологию их совместного использования:

1. Определить ценности в соответствии с общими целями (увеличение производительности, снижение запасов или снижение операционных расходов).
2. Выявить «узкие места».
3. Разработать мероприятия, добавляющие и не добавляющие ценность в данный процесс.
4. Установить приоритетность мероприятий бережливого производства, используя информацию об «узких местах», а затем выполнить необходимое количество бережливых событий для достижения целей.

Таким образом, применив методологию совместного использования «бережливого производства» и теории ограничений, можно учесть все достоинства обеих концепций, при этом совершенствуя СМК и получая ощутимый финансовый эффект.

Литература:

- 1.Песин А.М., Салганик В.М., Бережная Г.А. – Магнитогорск: ГОУ ВПО «МГТУ», 2010 – Совершенствование и использование сбалансированной системы показателей с учётом ограничений для эффективного управления качеством в металлургии. – 2010. – 95 с.
- 2.Гун Г.С., Салганик В.М., Песин А.М и др. – Магнитогорск: ГОУ ВПО «МГТУ», 2007 – Формирование и функционирование интегрированной системы менеджмента качества. – 2007. – 105 с.
- 3.Салганик В.М., Песин А.М., Шмаков В.И. и др. – Магнитогорск: ГОУ ВПО «МГТУ», 2009 – Методология и алгоритмы методов теории ограничений для производственного планирования и менеджмента качества. – 2009. – 102 с.

Журавлева Н.В.

Организация риск - менеджмента в страховых компаниях

ФГБОУ ВПО «РГУТИС» (г. Москва)

На сегодняшний день многие страховые организации не имеют специального подразделения, занимающегося управлением собственными рисками. Каждый отдел, служба страховой организации должны вносить свой вклад в выявление, оценку риска, контроль над ним, организацию мероприятий, направленных на их минимизацию и предотвращение. Таким образом, на каждый из имеющихся отделов помимо их собственных обязанностей возлагается еще и определенные группы рисков страховщика. Отдел урегулирования убытков и бухгалтерия напрямую связаны с финансами страховой организации, поскольку именно бухгалтерия занимается организацией бухгалтерского учёта финансово-хозяйственной деятельности; обеспечивает полный бухгалтерский учёт; организует проведение инвентаризации; обеспечивает полноту и своевременность сдачи собранных страховых премий и т.д. Поэтому именно на нее возлагаются риски коммерческие и финансовые, возникающие в сфере отношений с внешними партнерами (банками, кредитно-финансовыми и другими учреждениями). Отдел урегулирования убытков занимается выплатами страхового возмещения и страховых сумм, на него возлагаются финансовые и коммерческие риски, а также риск страхового мошенничества. Отдел обработки информации, отдел безопасности напрямую связаны с информационной защищенностью страховщика – риском конкуренции. Отсутствие специального подразделения по управлению собственными рисками, перегружает отделы и службы выполнением дополнительных функций, хотя, при этом, приводит к экономии на затратах на риск-менеджмент. Вместе с тем, такая экономия бывает неоправданной, поскольку не все риски можно выявить и принять вовремя соответствующие меры по их нейтрализации [1].

В настоящее время различают так называемый «активный риск-менеджмент» и «пассивный риск-менеджмент» [2]. Активный риск-менеджмент характеризуется созданием самостоятельного независимого подразделения в страховой компании, которое инициирует, координирует и контролирует процесс управления рисками. Как показывает зарубежная и российская практика в большинстве случаев он является оптимальным, в том числе – по стоимости реализации. Обычно подразделение риск-менеджмента подчиняется финансовому директору, поскольку риски, непосредственно относящиеся к финансовым потокам, имеют значительный удельный вес в портфеле любой страховой организации. Пассивный риск-менеджмент предполагает привлечение к работе страховой компании внешних консультантов, которые проводят идентификацию и анализ рисков. Риск-менеджер не подменяет андеррайтеров по видам страхования, а

создает систему риск-менеджмента, причем в каждой страховой компании эта система индивидуальна. Комплексный подход к управлению рисками страховой компании позволит осуществлять оценку и анализ рисков по основным направлениям деятельности, делать выводы и предложения, которые затем выносить на более высокий уровень – уровень правления или совета директоров. А дальнейший учет рисков будет происходить на уровне подразделений компании. Служба внутреннего контроля будет управлять собственными рисками, концентрировать приоритетные риски страховой организации, а также разрабатывать методы реализации конкретных решений по покрытию этих рисков. Таким образом, все структурные подразделения компании будут вовлечены в процесс управления рисками.

Литература:

1. Финансовое управление развитием экономических систем. Журавлева Н.В., Андросова О.О., Демин Д.А., Жогова С.С., Карпинский Б.А. Новосибирск: СИБПРИНТ, 2011-216с.

2. Клеев В.А. Активный и пассивный риск-менеджмент. <http://wiki-ins.ru/wiki/>.

Знайко О. Н., Голованов Е.Б.

**Экономическая безопасность как фактор
устойчивости региональной экономики**

ЮУрГУ (г. Челябинск)

Сегодня региональная экономика представляет собой уровень хозяйствования, от развития которого зависит как стабильность экономики государства в целом, так и хозяйствующих субъектов, расположенных на территории определенного региона. При этом во многих исследованиях региональная экономика рассматривается как сложная социально-экономическая макросистема, имеющая свои особенности, в том числе и в решении проблемы экономической устойчивости [1, 2, 4].

Устойчивость региональной экономики предполагает способность региона сохранять и развивать значение необходимых параметров качества жизни населения за счет поддержания мотивации хозяйствующих субъектов к расширенному воспроизводству, инвестиционной активности и повышению конкурентоспособности.

Следует отметить, что под понятием «регион» будем понимать самостоятельное административное образование, имеющее свою исполнительную, законодательную и судебную власти и обладающее различиями в области природно-экологических, экономических, социальных и политических сферах деятельности. Тенденции, происходящие в этих сферах, позволяют понять существо происходящих воспроизводственных процессов конкретного региона и роль, влияющих на них факторов, которые имеют как объективный, так и субъективный характер [2].

К объективным факторам можно отнести: уровень социально-экономического развития региона, структуру регионального народно-хозяйственного комплекса, природно-климатическое положение, внедрение новых форм хозяйствования, и т.д. Субъективными факторами выступают такие как политика органов власти всех уровней по отношению к региону, в том числе по обеспечению экономической безопасности, динамика предпринимательской активности населения, инвестиционная привлекательность региона, его конкурентоспособность, динамика инновационного развития [3]. При этом, зачастую направленность действия субъективных факторов в значительной мере определяет скорость и тенденции развития объективных факторов [5].

Представим основные группы факторов, оказывающих воздействие на формирование устойчивости региональной экономики в современных условиях (см. рис.1).

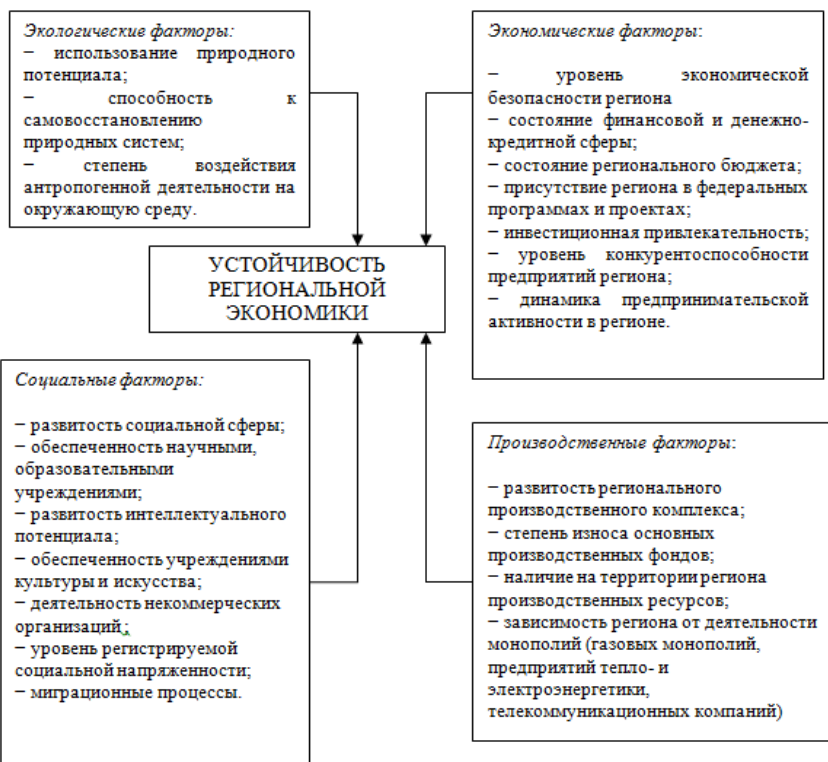


Рис. 1. - Факторы, влияющие на устойчивость региональной экономики

Как видно из рисунка, устойчивость развития региональной экономики достигается в результате взаимодействия множества динамично меняющихся факторов и, следовательно, не может рассматриваться в статике на продолжительном временном периоде.

Большинство из представленных факторов, влияющих на устойчивость региональной экономики, предполагает необходимость государственного вмешательства во многие рыночные процессы. Это свидетельствует о том, что государственное воздействие должно иметь присутствие как в экономической так экологической, производственной и социальной сферах. Причем анализ факторов устойчивого развития региональной экономики дает основание заключить, что для региона, обеспечение определенного уровня экономической безопасности является не менее важным фактором такого развития, поскольку во многом определяет специфику функционирования региона.

Следует подчеркнуть, что обеспечение экономической безопасности характеризуется необходимостью выполнения комплекса мер, направленных на поддержание и защиту жизненно важных интересов каждой конкретной личности, экономического субъекта и региона в целом. Достигнутый уровень экономической безопасности определяет такие базовые показатели деятельности региона как валовой региональный продукт, уровень производства, объем инвестиций, располагаемый доход на душу населения, продолжительность жизни, разрыв в доходах в обществе, уровень безработицы, состояние бюджета и др. Поэтому воздействие органов власти на формирование региональной экономической безопасности является структурной составляющей общей макроэкономической политики государства [1].

Сегодня многие регионы располагают необходимым потенциалом для реализации собственных региональных экономических интересов, проведения действенных социально-экономических преобразований, а достижение экономической безопасности в регионе является важнейшей качественной характеристикой региональной экономики, определяющей ее способность поддерживать нормальные условия жизнедеятельности населения, рациональное использование имеющихся ресурсов и в целом устойчивость экономического развития.

Принимая во внимание реальную потребность регионов в настоящее время в устойчивом развитии, полагаем, что основные организационные подходы, поскольку нет единого стандартного набора, по достижению экономической безопасности как фактора устойчивости региональной экономики должны включать:

- обоснованное обеспечение параметров региональной экономической безопасности;

- выявление основных факторов отклонений параметров региональной экономической безопасности от нормативных;
- постоянный мониторинг динамики показателей экономической безопасности региона;
- оценку достижений социально-экономических и экологических интересов региона и его приоритетных целей в рамках устойчивости региональной экономики [5].

Решение проблемы экономической безопасности региона должно обеспечиваться как экономическими средствами, так и средствами неэкономического характера, прежде всего политическими и административными.

При этом учет фактора экономической безопасности в регионе должен исходить из того, что регион, как самостоятельное административное образование является неотъемлемой частью единого экономического пространства государства, а его развитие является необходимым условием обеспечения устойчивости экономики государства в целом.

Таким образом, формулируя важнейшие приоритеты региональной экономической политики, более полный учет фактора экономической безопасности создаст основу для разработки конкретных программ и организационных мероприятий в области обеспечения устойчивости региональной экономики. Однако, следует сказать, что устойчивость региональной экономики может быть обеспечена только тогда, когда она рассматривается как комплексный процесс, ведущий к повышению уровня жизни населения региона путем достижения сбалансированности экономического, социального, производственного и экологического развития, осуществляемого на основе рационального использования всего ресурсного потенциала региона, а это ведёт к необходимости дальнейшего поиска эффективных решений, способных обеспечить стабильное поступательное развитие региона.

Литература:

1. Гранберг, А.Г. Основы региональной экономики: учебник для вузов. [Текст] / А.Г. Гранберг – М.: Высшая школа экономики, 2007. – 495с.
2. Краснова, Т.Г. Экономическая устойчивость региона (Проблемы теории и практики) [Текст] / Т.Г. Краснова. Дис. ... д-ра экон. наук: Иркутск, 2000. – 317 с.
3. Подругин, М.О. Устойчивое развитие региона: понятие, основные подходы и факторы. [Текст] М.О. Подругин // Российское предпринимательство № 24 (222) - 2012. с 214-221.
4. Татаркин, А.И. Моделирование устойчивого развития как условие повышения экономической безопасности территории [Текст] / А.И. Татаркин, Д.С. Львов, А.А. Кукин и др. – Екатеринбург: изд-во Урал. университета, 1999. – 276 с.
5. Чимитова, А.Б. Вопросы устойчивого и безопасного развития экономики региона: учебное пособие. [Текст] / А.Б. Чимитова, Е.А. Микульчинова - Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2007.-216с.

Развитие логистического взаимодействия в системе «Железная дорога – Городской пассажирский транспорт»

ФГБОУ ВПО РГУПС (г. Ростов на Дону)

В настоящее время имеет место повышение качества и эффективности пассажирских перевозок всеми видами транспорта. Каждая транспортная отрасль использует свои потенциальные возможности совершенствования перевозок пассажиров, но сталкивается со значительными трудностями, в том числе, и из-за отсутствия должной согласованности со смежниками, недостаточных пропускных способностей маршрутов следования перевозочных средств и др.

В этой связи чрезвычайно актуальным является повышение роли железных дорог в обеспечении транспортного обслуживания населения. Один из путей решения данной задачи – активное вовлечение железнодорожного транспорта в осуществление пассажирских перевозок с применением принципа логистики – доставка пассажира от двери до двери.

Сейчас как никогда необходимо применение новых подходов, способных гибко реагировать на изменяющийся спрос потребителей транспортных услуг. При этом обязательным условием эффективного функционирования транспортной системы является полный учет пожеланий пассажиров.

В применении к пассажирским перевозкам, основной задачей логистики является сокращение суммарных издержек пассажиров и эксплуатационных затрат перевозчиков при безусловном выполнении требований по предоставлению пассажиру транспортных услуг в необходимом объеме и высокого качества.

Для полного удовлетворения потребностей пассажиров, необходимо совершенствовать обслуживание пассажиров по четырем направлениям: оптимизация стоимости проезда и сокращение времени на приобретение проездных документов, обеспечение высокого уровня комфорта и развитие мультимодальных услуг, удобное время отправления и прибытия на конечный пункт назначения.

Одним из слабых звеньев существующего процесса организации пассажирских перевозок является недостаточное взаимодействие различных видов транспорта на их начально-конечных этапах. Пассажиры склонны воспринимать поездку как одно комплексное мероприятие, им гораздо удобнее решать все вопросы по поездке через «единое окно», к которому можно обратиться через множество каналов. Поэтому пассажиры нуждаются в интегрированном решении всех задач, возникающих до поездки, в процессе путешествия и по прибытии в пункт назначения. Установлено, что более 70 % поездок пассажиров пересадочные. При этом до 25 % об-

ших затрат времени на поездку приходится на пересадку с одного вида транспорта на другой. Одно из основных целей транспортной Концепции является создание современных мультимодальных транспортно - пересадочных узлов (МТПУ).

Отличительными особенностями мультимодальных пассажирских перевозок являются:

- осуществление перевозки «от двери до двери» с использованием принципов логистики;
- минимальное время нахождения пассажиров в пунктах посадки, высадки и пересадки;
- обеспечение рентабельности перевозок участвующих видов транспорта.

Доставка пассажиров по маршруту следования от двери до двери несколькими видами транспорта должна осуществляться по единому технологическому (согласованному) графику.

Алгоритм решения задачи по обеспечению перевозок пассажиров от двери до двери на основе использования имитационного моделирования и взаимодействия железнодорожного и городского общественного транспорта включает следующие шаги:

1. Ввод данных о прибывших пассажирах в поездах по периодам суток.

2. Запуск имитационной модели для распределения пассажиропотока по районам города и городам-спутникам по маршрутам, прилегающим к железнодорожному вокзалу.

3. Распределение пассажиропотоков по видам транспорта.

4. Установление вместимости каждой транспортной единицы.

5. Расчет интервалов движения транспортных единиц в зависимости от объема перевозок и вместимости транспортных единиц.

6. Расчет потребности транспортных единиц по каждому виду транспорта и их корректировка. Если их достаточно, то принимается для обслуживания полученное количество транспортных единиц.

7. Определяются возможные эксплуатационные расходы (Ξ), которые сопоставляются с полученными доходами за перевозки (Π) с учетом уровня рентабельности. При $\Pi > \Xi$ разрабатывается расписание движения транспортных единиц.

8. Определяются показатели эффективности организации доставки пассажиров до места назначения. Результатами расчетов являются: для пассажиров – минимальное время ожидания транспорта; для перевозчиков – выполнение нормы рентабельности перевозок; для города – удовлетворение социальных потребностей населения.

Разработанный инструментальный комплекс позволяет проводить эксперименты по организации доставки пассажиров от двери до двери и выбрать оптимальный вариант.

Для удобства пассажиров, прибывающих дальними и пригородными поездами в МТПУ, экономии их времени и исключения затрат на дополнительные переезды городскими видами транспорта, следует использовать электропоезда, курсирующие по железнодорожным линиям, пересекающие город и соединяющие его районы и города - спутники. Кроме того, для привлечения рабочих горожан и учащихся, например, Северо-Кавказская пригородная компания готова запустить внутригородские маршруты электропоездов, типа «Ласточка», в том числе и кольцевые, соединяющие все районы города. Для чего следует пересмотреть график движения поездов, чтобы обеспечить подвоз людей утром к восьми и девяти часам, вечером после работы в шесть и восемь часов. Это позволит снизить нагрузку на городские магистрали, так как электричкой можно перевезти более 1000 пассажиров, в то время как вместимость автобуса значительно меньше. К тому же проезд в электричке более комфортабелен, скорость движения выше, чем в автобусе, и перевозки осуществляются по четко разработанному графику, независимо от погодных условий, что помогает бороться с городскими пробками.

Опыт использования электропоезда по маршруту Батайск-Ростов на Дону показал, что населенность его при отправлении в 7ч.15 мин. используется на 100%, а отправлением в 9ч 00мин. – 50%. В целом данные маршруты окупаются.

Расчеты показали, что использование рельсового автобуса в 3-х вагонном исполнении по кольцу Ростов-Главный–Хапры–Первомайская – Ростов Берег–Ростов-Главный также может обеспечить подвоз рабочих к заводу ГПЗ-10 и быть прибыльным.

Внедрению внутригородских перевозок должна предшествовать подготовка всех остановочных городских пунктов посадки и высадки пассажиров, установление жесткого контроля наличия у них проездных документов при посадке и высадке, чтобы обеспечить окупаемость пригородных перевозок в условиях отсутствия эффективного финансирования и необходимой компенсации со стороны местных бюджетов. Чтобы такой проект успешно реализовался необходима поддержка городских властей по реконструкции шести пассажирских платформ в черте города, развитие инфраструктуры для людей с ограниченными физическими возможностями. Своевременная реакция на обращение пассажиров позволит сделать железнодорожное сообщение современным и привлекательным.

Зуденкова С.А.

**Формирование нормативно-правовой базы
государственного регулирования сферы услуг**

ФГБОУ ВПО ГУУ (г. Москва)

Проводимые в стране реформы, затрагивающие законодательство как в бюджетной и других сферах, практически обходят стороной вопросы правового регулирования отношений в сфере услуг, в то время как именно ей приписывают роль своеобразного локомотива экономики при формировании нового технологического уклада. В результате можно говорить об отсутствии системного подхода к правовому регулированию предоставления услуг: отдельные услуги регламентируются, а другие – практически нет.

Среди нормативных актов, регулирующих деятельность в сфере услуг[1], выделяются законодательные акты общего действия, такие как Гражданский кодекс РФ, Федеральные законы «О защите прав потребителей», «Об обеспечении единства измерений», «О рекламе», «О техническом регулировании», «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» и др., так и отраслевые нормативные акты, регулирующие различные виды услуг, в частности услуги транспорта, страхования, медицинские и др.

Особого рассмотрения требует вопрос предоставления государственных и муниципальных услуг. В этом направлении определяющими являются акты, инициирующие проведение административной реформы, Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг», а также отдельные Постановления Правительства РФ. Данные услуги являются одними из наиболее регламентированных на сегодняшний день, поскольку определяются не только взаимоотношения между органами власти и получателями услуг, а также предъявляются жесткие требования к процедуре предоставления услуги, и действиям, сопровождающим процесс ее оказания.

Вместе с тем, процесс предоставления значительной части информационных, электронных услуг регулируется не достаточно, что ведет к незащищенности потребителя, а также сказывается на развитии торговли, предпринимательства. Необходимость развития электронных услуг обусловлена распространением и возможностями сети Интернет, поскольку данные услуги позволяют преодолеть отдельные проблемы традиционных услуг (осязаемость, неотделимость от производителя и др.). Среди других проблем в развитии законодательства о регулировании сферы услуг следует отметить отсутствие определения отдельных услуг, необходимость внесения в действующие акты уточнений по вопросам содержания услуги, обязанностей производителей услуг.

Таким образом, можно констатировать, что в РФ в целом сформирована законодательная основа для регулирования сферы услуг, однако неразрешенность проблем правового регулирования в данной сфере приводит к проблемам в правоприменительной деятельности судов, сложностям в разграничении услуг.

Литература:

1. Зуденкова С.А. Систематизация инструментов прямого государственного регулирования сферы услуг. // Сервис plus. 2013. № 3 с. 72-78.

Журавлева Н.В., Зуденкова С.А.

**Проблемы оценки финансовой устойчивости
предприятий сферы услуг**

ФГБОУ ВПО РГУТИС, ФГБОУ ВПО ГУУ

В современной экономической литературе исследованию специфики финансовой устойчивости предприятий сферы услуг, выбору оценочных показателей и управленческих инструментов уделяется недостаточно внимания. Особую значимость тема исследования финансовой устойчивости предприятий сферы услуг приобретает в условиях финансовой нестабильности, так как малым предприятиям в большей степени, чем крупным корпорациям, часто не хватает рыночного опыта, финансовых ресурсов и квалифицированных кадров.

Традиционные подходы к оценке финансовой устойчивости, применяемые для крупных предприятий, не могут быть в полной степени использованы в сфере услуг, это связано не только с размером хозяйствующего субъекта, но и прежде всего с используемым инструментарием, использование которого затруднительно для оценки и диагностики финансовой устойчивости, например в салонах красоты, мастерских по ремонту обуви и т.д. Все это вызывает необходимость поиска таких индикаторов финансовой устойчивости, которые бы с одной стороны достаточно точно характеризовали ее уровень, а с другой – были бы доступны для широкого использования на практике.

Для решения обозначенных проблем предлагается выделять большее количество типов финансовой устойчивости, в частности абсолютная устойчивость, частичная устойчивость, частичная неустойчивость, неустойчивость, несостоятельность. Критерием отнесения к тому или иному типу финансовой устойчивости является значение комплексного показателя, рассчитанного на основе бухгалтерского баланса. Из представленных пяти типов финансовой устойчивости наибольший интерес представляют следующие: частичная устойчивость сумма запасов и затрат превышает сумму собственных оборотных средств, но меньше суммы собственных оборотных и долгосрочных заемных источников, при этом для покрытия запасов и затрат используются собственные и привлеченные средства долгосрочного характера, частичная неустойчивость - сумма запасов и затрат

превышает сумму собственных оборотных и долгосрочных заемных источников, но меньше суммы собственных оборотных средств, долгосрочных источников и краткосрочных займов и кредитов, неустойчивость - сумма запасов и затрат превышает сумму собственных оборотных и долгосрочных заемных источников, но меньше суммы собственных оборотных, долгосрочных и краткосрочных заемных источников.

Литература:

1. Журавлева Н.В. Организационно-экономический механизм стабилизации деятельности предприятия сферы услуг. Дисс.к.э.н. Москва. 1999.
 2. Журавлева Н.В., Зуденкова С.А., Котилко В.В. Финансовая устойчивость предприятий сферы услуг: теоретический и методический аспекты. Москва, 2012.
 3. Журавлева Н.В., Зыкунов Д.С. Управление стоимостью компании и сохранение ее устойчивости. Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2013. № 8. с. 33-36.
 4. Журавлева Н.В., Степанова А.А. Проблемы анализа финансовой устойчивости и инвестиционной привлекательности предприятий. Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2008. № XVI. с. 54-69.
 5. Зуденкова С.А. Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивости развития жилищного хозяйства региона (на примере Московской области). Дисс.к.э.н. Москва. 2003.
-

Иванова Н.М.

Место энергетического комплекса России в мировой энергетической системе

НИУ «ВШЭ» (г. Москва)

В условиях глобализации мирового хозяйства, стремительно расширяющихся интеграционных процессов в мировой экономике, возрастает зависимость национальных экономик от уровня собственного энергетического потенциала и от мировых энергетических возможностей в целом.

На мировом рынке энергоресурсов складываются общие правила взаимоотношений, формируется глобальный энергетический рынок.

На текущий момент можно говорить о существовании глобального нефтяного рынка, который функционирует как единый механизм, а также о существовании хоть и менее интегрированного глобального угольного рынка. В свою очередь формирование глобального рынка природного газа еще не завершено, и он носит скорее региональные черты. В то же время происходит постепенная интеграция региональных газовых рынков в мировой рынок за счет развития глобальных поставок СПГ.

Не смотря на существование глобальных рынков, в мировой энергетике наблюдается активная тенденция регионализации. Процесс развития технологической глобализации повлиял на стремление регионов и отдельных стран к достижению независимости в обеспечении энергоресурсов. С целью достижения независимости от энергетических поставок из других регионов, развития собственной энергетической базы регионы мира и от-

дельные страны разрабатывают новые технологии добычи энергоресурсов, а также стремятся развивать использование альтернативных и возобновляемых источников энергии, что приводит к формированию новых условий взаимодействия на мировом энергетическом рынке.

Мировое потребление энергетических ресурсов продолжает расти, вне зависимости от внедрения технологических способов энергосбережения, и обеспечивается в основном за счет стремительно развивающихся стран.

Ведущими источниками энергопотребления были, есть и остаются на сегодняшний день традиционные энергоресурсы: нефть, природный газ, уголь, сланцы. Однако нельзя не отметить развитие новых технологий использования возобновляемых источников энергии.

Развитый энергетический потенциал современной России обуславливает высокий уровень ее участия на мировых рынках энергоресурсов. Энергетический комплекс России является ключевым сегментом российской экономики, вносит огромный вклад в формирование валового внутреннего продукта страны и в формирование доходной части государственного и региональных бюджетов и в то же время является одним из сильнейших конкурентоспособных участников глобализирующихся мировых энергетических рынков.

Богатство российских природных ресурсов, объемы разведанных и освоенных месторождений углеводородов: угля, нефти, газа, сланцев позволяет одновременно удовлетворять внутренние энергетические потребности страны и занимать ведущее место в мировом обороте энергоресурсов. Сегодня Россия стабильно удерживает первое место в мире по экспорту газа, делит 1-2 места с Саудовской Аравией по экспорту нефти и занимает 3 место после Австралии и Индонезии по экспорту угля,

Россия как неотъемлемый центральный участник мировой энергетической системы зависима от новых реалий, складывающихся на мировом энергетическом рынке, и вынуждена своевременно реагировать на происходящие изменения, чтобы сохранить свою позицию основного игрока и иметь и дальнейшую возможность оказывать влияние на мировую энергетическую политику.

В рамках современного развития мирового энергетического рынка Россия сталкивается со следующими основными вызовами:

1. Снижение темпов роста доли России на энергетических рынках отдельных видов углеводородов.

Речь в первую очередь идет о снижении объемов поставок газа на европейский рынок. На текущий момент на европейском газовом рынке для России складываются неблагоприятные условия: спрос на природный газ, поставляемый по трубопроводам, снижается, конкуренция повышается в связи с увеличением поставок СПГ из стран Ближнего Востока. Кроме того,

страны Европейского союза не скрывают своего стремления снизить зависимость от поставок природного газа из России и пытаются воспользоваться всеми возможными методами. Прежде всего, речь идет о реализации конкурирующих газотранспортных проектах, а также об изменениях в системе регулирования рынка природного газа. В частности третий газовый пакет ЕС, предусматривает разделение прав собственности на транспортировку газа и на производство и продажу. Результатом сложившейся ситуации может стать долгосрочная стагнация темпов роста объемов экспорта природного газа в Европу.

2. Усиление конкуренции.

В связи с активным развитием добычи нетрадиционных видов углеводородов на мировом энергетическом рынке в перспективе появятся новые поставщики энергоресурсов, а также новые векторы поставок. Такая ситуация в долгосрочной перспективе способна подорвать позиции России как основного поставщика нефти и газа для ряда ключевых потребителей.

Перспективным рынком сбыта для России могли бы стать страны АТР. Однако здесь не стоит забывать как о мощной конкуренции со стороны традиционных стран-поставщиков СПГ, таких как Австралия, Катар и вполне возможно в ближайшем будущем США, так и об отсутствии достаточных мощностей по производству СПГ в стране сегодня без чего Россия вряд ли удастся успешно конкурировать на данном сегменте рынка.

3. Изменение механизмов ценообразования.

Возрастающая конкуренция на мировых энергетических рынках приводит к изменениям в механизме ценообразования и условий контрактации на долгосрочный период. В данной ситуации России безусловно придется в ближайшей перспективе пересмотреть привычный механизм формирования цен прежде всего на европейские поставки газа и попытаться адаптироваться к современным реалиям международного энергетического рынка.

В целом на сегодняшний день Россия по своим энергетическим возможностям занимает достойное место среди других стран мира.

По прогнозам Мирового Энергетического Агентства Россия в перспективе до 2040 г сохранит свои позиции на мировом рынке энергетики и будет по-прежнему оставаться главным игроком на мировой энергетической арене.

Казанский А.В.

Аккредитив как часть торгового финансирования

СПбГУ (г. Санкт-Петербург)

Объективные сложности российских банков в отношении фондирования активных операций (как со стороны физических, так и со стороны юридических лиц), заставляют их обратить внимание на документарные

операции. Эти банковские операции являются сочетанием расчетно-кассового и при определенных обстоятельствах – кредитного обслуживания.

Речь идет, прежде всего, об аккредитивах, интерес к которым проявляют прежде всего участники внешнеэкономической деятельности, заинтересованные в торговом финансировании со стороны кредитных организаций.

Возросшие кредитные риски зачастую не позволяют банкам осуществлять предимпортное и предэкспортное финансирование без гарантий оплаты товара клиенту со стороны покупателей. Такой гарантией выступает акт аккредитив.

В случае осуществления клиентом импортных операций (а банком – предимпортного финансирования), аккредитив является внутрисрoссийским, эмитентом по нему выступает российский банк-контрагент. В случае осуществления клиентом экспортных операций (а банком – предэкспортного финансирования), аккредитив является международным, а эмитентом по нему выступает зарубежный банк-контрагент. В обоих случаях банк бенефициара является авизующим по отношению к клиенту - участнику внешнеэкономической деятельности.

При отсутствии взаимных лимитов, установленных друг на друга банком-эмитентом и банком бенефициара, а тем более при отсутствии между ними корреспондентских отношений, посредником при осуществлении аккредитивной сделки может выступать подтверждающий банк, гарантирующий оплату по аккредитиву банку бенефициара в случае дефолта банка-эмитента. Крайне редко при этом подтверждающим банком выступает сам банк-бенефициара. Происходит это по запросу самого бенефициара по аккредитиву, опасаящегося неисполнения/дефолта не только со стороны своего покупателя контрагента, но и со стороны банка-эмитента.

Интересным вариантом кредитных взаимоотношений между участником ВЭД (бенефициаром по аккредитиву) и обслуживающим его банком является так называемая негоциация (или дисконтирование) аккредитива. На практике в этом случае перечисление денежных средств бенефициару обслуживающим его банком происходит не по факту перечисления средств эмитентом аккредитива (как в случае с обычным аккредитивом без отсрочки платежа), и не до и для закупки товара клиентом для отправки покупателю (как в случае с классическим предэкспортным и предимпортным финансированием). В случае негоциации аккредитива банк бенефициара перечисляет денежные средства своему клиенту после отгрузки товара заявителю по аккредитиву (аппликанту), что значительно снижает банковские риски с одной стороны, но сокращает период пользования кредитными средствами для клиента с другой стороны.

Аккредитивы могут эмитироваться как с отсрочкой платежа, так и без таковой, т.е. с обязательством банка-эмитента произвести оплату товара сразу после получения и проверки отгрузочных документов.

Регулирование аккредитивов определяется международными правилами UCP 600, обязательными к исполнению всеми участниками данного вида международных расчетов.

Литература:

1. Михайлов Д.М. Международные расчеты и гарантии. Москва, ФБК-Пресс, 1998.

2. Международная Стандартная Банковская практика по Проверке Документов по Документарным Аккредитивам, редакция 2007 года для UCP 600. Публикация ICC 681. Москва, "Инфотропик Медиа", 2011

Калашникова Л.А.

Особенности инновационных стратегий транснациональных корпораций нефтегазового сектора

ТюмГУ (г. Тюмень)

В современном обществе, которое развивается стремительными темпами, предпринимательский сектор остается основным генератором инновационной активности. Одной из наиболее капиталоемких областей является деятельность по добыче и переработке нефтегазовых продуктов. Её эффективная деятельность и развитие невозможны без масштабного применения инновационных технологий. От результативности инновационной деятельности компаний нефтегазовой промышленности зависит их выживаемость и конкурентоспособность. Поэтому для более эффективной работы в инновационной деятельности фирмами разрабатываются индивидуальные инновационные стратегии.

Инновационные стратегии - модели поведения компании в рыночных условиях, в силу которых компания будет совершенствоваться и развиваться в дальнейшей перспективе [1]. Они представляют собой систему взаимосвязанных элементов, среди которых выделяют внутренние и внешние. Внутренние представляют собой идейные элементы, к ним относятся: стратегические цели, модель инновационного развития, области инноваций, выбор инноваций, управление инновациями и, наконец, план реализации. Внешние элементы выражают взаимосвязанные инфраструктурные единицы [2]. Принимая во внимание тот факт, что инновационные стратегии включают в себе различные элементы, следует говорить о том, что инновационные стратегии могут также быть различными по отдельным признакам [3].

Инновационные стратегии крупнейших зарубежных нефтегазовых в основном они заключаются в следующем: производство жидкого топлива из газа, улучшение нефтедобычи, повышение нефтеотдачи, повышение

качества топлива путем использования новых сырьевых ресурсов. Внедряют технологии и реализуют способы добычи и переработки, которые бы в меньшей степени наносили вред окружающей среде; сооружают инновационные установки, производят более эффективные и экологически чистые продукты. Инновационным является и начало более тесного общения с клиентурой и производителями различных уровней, проведение социально-ориентированных проектов. Больше всего на R&D израсходовали: совместная компания Нидерландов и Великобритании Royal Dutch Shell, американская корпорация Exxon Mobil, и французская компания Total SA, – сумма совокупных затрат составила почти 2,5 млрд. долл. США в 2012 году [7], [8], [9].

Главными инноваторами России в нефтегазовой отрасли являются ОАО «Газпром», ОАО «Роснефть» и ОАО «Лукойл». Их инновационные стратегии связаны с крупными затратами на НИОКР – в совокупности более 1 млрд. долл. США за 2012 год. Каждая из компаний вводит в эксплуатацию особые технологии для добычи нефтепродуктов, использует менее затратное оборудование, внедряет различные методы переработки сырья, постройки необходимых конструкций. Современным шагом является использование инновационных технологий, которые снижают возможное отрицательное влияние на окружающую среду [4], [5], [6]. .

Инновационные стратегии нефтегазовых компаний должны формироваться на основе особого механизма, который бы обеспечивал устойчивое развитие сектора в целом на длительную перспективу, диверсификацию производства всей нефтегазовой промышленности и решение экологических и социальных проблем региона. Главным конкурентным преимуществом нефтегазовых компаний является качество их сырьевой базы. Но природные запасы имеют свойство истощаться, это и обуславливает стратегии компаний данной отрасли в направлениях увеличения и улучшения сырьевой базы, повышения технологичности и эффективности производства, оптимизации производственных и бизнес-процессов.

Вся инновационная деятельность компаний нефтегазового сектора должна быть ориентирована на расширение исследования территорий, развитием новых значимых направлений переработки и использования полученных запасов, на базе собственных научных блоков, либо переход к модели открытых инноваций. Помимо этого необходима кооперация в области R&D с ВУЗами, с разного рода компаниями российскими и зарубежными, для того чтобы увеличить диапазон сотрудничества и сфер влияния, повысить спрос на отечественные технологии.

Литература:

1. Инновационный менеджмент: многоуровневые концепции, стратегии и механизмы инновационного развития / ред. В. М. Аньшин, А. А. Дагаев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ДЕЛО, 2006. – 584 с.

2. Кудров В. Модернизация и инновации – главные моторы современного прогресса / Валентин Кудров // Современная Европа. – 2012. - № 3.
 3. Разработка инновационных стратегий / Учебное пособие Тюмень Издательство Тюменского государственного университета 2011. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-556461.html?page=18>.
 4. ОАО «Газпром». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/f/posts/15/648248/presentation.pdf>.
 5. Отчетность, презентации и годовые отчеты. Роснефть. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rosneft.ru/>.
 6. Финансовая отчетность 2012. ОАО «Лукойл». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lukoil.ru/new/finreports/2012>.
 7. Annual report 2012. Royal Shell Global. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.shell.com/global/aboutshell/investor/financial-information/annual-reports-and-publications.html>.
 8. ExxonMobil's 2012 Financial & Operating Review. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://media.corporate-ir.net/media_files/irol/11/115024/financials_2013/home.html.
 9. Total SA annual report, 2012. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.total.com/MEDIAS/MEDIAS_INFOS/6173/EN/Total-2012-en-results-outlook-130213-accounts-V2.pdf.
-

Кейта Секу

Адаптация Персонала в предприятии

Adaptation of Personnel in the enterprise

Санкт-Петербургский государственный университет(СПбГУ)

В работе проведены адаптация Персонала в предприятии, этапы и стоимость адаптации персонала.

Когда человек начинает работать в организации, она включается в систему внутренне-организационных отношений, занимая одновременно несколько позиций, каждой из которых соответствует совокупность требований, норм, правил поведения, которые и определяют социальную роль человека в коллективе как работника, коллеги, подчиненного, руководителя, члена коллективного органа управления. Каждая из названных позиций требует соответствующего поведения человека. Нанимаясь на работу в ту или иную организацию, человек имеет определенные цели, потребности, нормы поведения в соответствии с которыми она ставит требования к организации, условий труда и мотивации. В связи с этим необходимо организовать проведение адаптации. Рис.1. Рисунок – Виды

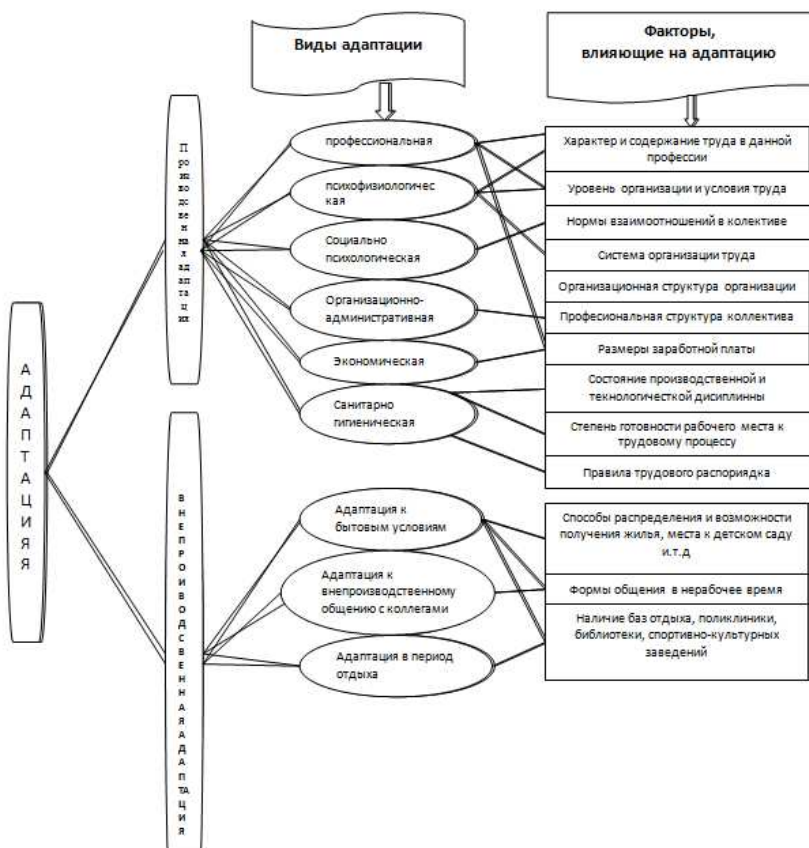


Рис.1. Рисунок – Виды
Цели адаптации персонала:

- уменьшение стартовых издержек, так как пока новый работник плохо знает свое рабочее место, он работает менее эффективно и требует дополнительных затрат;
- снижение степени озабоченности и неопределенности у новых работников;
- сокращение текучести рабочей силы, так как если новички чувствуют себя неуютно на новой работе и ненужными, то они могут отреагировать на это увольнением;
- экономия времени руководителя и сотрудников, так как проводимая по программе работа помогает экономить время каждого из них;

- развитие позитивного отношения к работе, удовлетворенности работой.

Адаптация - процесс приспособления работников к условиям внешней и внутренней среды. Термин «адаптация» достаточно распространен и применяется в различных областях науки. В социологии и психологии выделяют социальную и производственную адаптацию. В определенной мере эти два вида адаптации пересекаются друг с другом, но каждый из них имеет самостоятельную сферу: социальная деятельность не замыкается на производстве, а производственная - включает технические, биологические и социальные аспекты.

С точки зрения управления персоналом важное место занимает производственная адаптация, поскольку она является основой решения таких проблем, как формирование у сотрудников нужного уровня производительности и качества труда за короткий период.

Причины изменения условий трудовой деятельности разнообразны: освоение нового места работы, переход в другое подразделение, на новую должность, внедрение новых форм организации труда, оплаты, новой технологии. Поэтому каждая из этих изменений требует соответствующего поведения человека.

Адаптация - это взаимное приспособление работника и условий организации, которая базируется на постепенном освоении новых профессиональных, социальных и организационных условий труда.

Процесс трудовой адаптации работника и организации будет более успешным, когда нормы и ценности коллектива станут нормами и ценностями отдельного работника и чем быстрее он примет и определит свою социальную роль в коллективе.

Выделяют два направления адаптации:

- первичный, то есть приспособление молодых сотрудников, не имеющих опыта профессиональной работы (выпускники средних и высших учебных заведений);

- вторичный, то есть приспособление работников при переходе на новые рабочие места, должности, объекты.

В условиях рынка возрастает роль вторичной адаптации. Производственную адаптацию, как сложное явление, целесообразно рассматривать с разных позиций, выделяя психофизиологическую, профессиональную, социально-психологическую и организационную ее стороны. Каждая из них имеет свой объект, свои целевые задачи, показатели эффективности.

Психофизиологическая адаптация - приспособление человека к новым физическим и психологическим нагрузкам, физиологическим условиям труда.

Объектом психофизиологической адаптации являются условия труда, которые определяются как комплекс факторов производственной среды,

которые существенно влияют на самочувствие, настроение, работоспособность сотрудника, а при длительном их действии - на состояние здоровья, выражающиеся динамикой заболеваний, травматизма и усталостью.

Профессиональная адаптация - полное и успешное овладение новой профессией, то есть привыкания, приспособления к содержанию и характера труда, его условий и организации.

Степень соответствия субъективных и объективных моментов профессиональной адаптации в значительной степени определяется тем, как рабочее место соответствует социально-профессиональной ориентации работника.

Социально-психологическая адаптация - это приспособление человека к производственной деятельности, к новому коллективу, его традиций и неписаных норм, к стилю работы руководителей. Она как бы включает работника в коллектив как равноправного, которого приняли все его члены.

Производственный коллектив, как субъективный фактор производственной среды, имеет сложную структуру: формальную и неформальную. Работнику свойственна потребность влиться в коллектив. Социологи выделяют несколько этапов социально-психологической адаптации, отличающихся мере приспособления личности к коллективу.

Начальный этап - внешняя переориентация, когда работник не признает ценностных ориентаций данного коллектива. [4,5]

Второй этап - личность и коллектив взаимно признают систему эталонов поведения друг друга, но не меняют своих позиций.

Третий этап - личность принимает систему ценностей коллектива, который тоже под ее влиянием изменяет свою систему ценностей.

Четвертый этап - это заключительная форма адаптации. Когда личность полностью внутренне принимает ценностные ориентации, нормы коллектива и полностью перестраивает свою психологию и поведение. Последний этап, не совсем желателен, так как на этом этапе личность растворяется в коллективе, теряет часть своей целостности.

Организационная адаптация - усвоение роли и организационного статуса рабочего места и подразделения в общей организационной структуре, а также понимание особенностей организационного и экономического механизма управления предприятием.

В решении кадровых проблем в организации важное значение имеют все разновидности производственной адаптации. Так, при формировании коллектива нужно учитывать, что текучесть кадров или их закрепления в большинстве случаев зависит от результатов адаптации.

Успешность адаптации зависит от целого ряда условий, главными из которых являются:

- качественный уровень работы по вопросам профориентации потенциальных работников;

- объективность деловой оценки персонала (как при отборе, так и в процессе трудовой адаптации);
- престиж и привлекательность профессии, работы по специальности в этой организации;
- особенности организации труда, которые бы реализовали мотивационные установки работника;
- гибкость системы обучения персонала на предприятии;
- особенности социально-психологического климата, сложившегося в коллективе;
- личные качества работника, который проходит адаптацию, связанные с его возрастом, семейным положением, характером.

Ключевым условием успешного проведения адаптации является разработка организационного механизма управления этим процессом. Отсутствие такого механизма для отечественных организаций является одной из основных причин декларативности управления адаптацией и плакатным провозглашением ее необходимости [1, 6].

Этапы и стоимость адаптации персонала

Как правило, в денежной оценке стоимости адаптации осуществляется из потерь эффективности и уровня себестоимости заработной платы для предприятия:

- 6 месяцев, до 50% потерь эффективности: 3 месяца
- 18 месяцев, до 80% потерь эффективности: 14.4 месяцев
- 12 месяцев на 35% потерь эффективности: 4.2

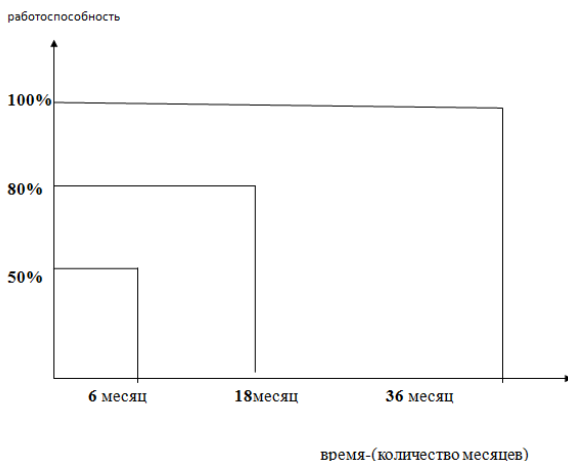


Рис.2. Стоимость адаптации

Успешность адаптации зависит от характера производства, его среды и самого работника. Чем это среда сложнее, больше отличается от обычного на предыдущем месте работы, тем труднее проходит процесс.

Литература

1. Библиотека управляющего персоналом: мировой опыт. Менеджмент человеческих ресурсов: Обзорная информация / Сост. В. И. Яровой; Под ред. Г. В. Щекин. - К.: МАУП, 1995. - 104с.

2. Щекин Г. В. Теория кадровой политики: Монография. - К.: МАУП, 1997. Филиппов А. В. Управление кадрами на предприятии. - М.: Знание, 1985. - 340с.

3. Кодекс законов о труде от 10 декабря 1971

4. Определение персонала: Законы для всех / (Электронный ресурс) / Режим доступа: <http://zakony.com.ua/dict-11133.html>

5. Визначення персоналу: Васильев В. В. Глоссарий / (Электронный ресурс) / Режим доступа: http://consulting.ru/econs_art_279898707

6. Определение персонала: Information Management / (Электронный ресурс) / Режим доступа: <http://inf-man.ru/>

7. Визначення персоналу: Справочник экономических терминов /

Кирпиченко В.Н.

Возможности реализации проектов по добычи нетрадиционных видов углеводородов

*Институт экономики и организации промышленного производства
Сибирского отделения Российской академии наук
(ИЭОПП СО РАН)*

С каждым годом население мира потребляет все больше углеводородов, добывая в основном традиционные их виды. Но так как традиционные источники углеводородов позволяют добывать все меньшее количество сырья, а в обозримом будущем и вообще большинство из них будет исчерпано, то развитие новых технологий для добычи нетрадиционных видов углеводородов становится основным приоритетом. В развитых странах подобные технологии развиваются уже более 40 лет.

Успешный опыт развития подобных технологий есть в Канаде, где для добычи углеводородов из битуминозных песков еще в 1974 году была создана государственная компания AOSTRA, которая занималась научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами (НИОКР), инжинирингом, отработкой технологий. Совокупность мер и мероприятий – создание этой компании, строительство инфраструктуры, покупка долей в новых инновационных проектах, снижение налоговых ставок – позволили Канаде в 2004 году перевести в категорию доказанных запасов более 170 млрд барр. битуминозных песков. Как результат к 2013 году более 30% углеводородов в Канаде добывалось из битуминозных песков (рис. 1).



Рис. 1. Динамика вовлечения в хозяйственный оборот битуминозных песков в Канаде

Другим примером поддержки проектов по добыче нетрадиционных видов углеводородов является начавшиеся в 1976 году в США финансирование программы изучения и картирования перспективных формаций. Общий объем государственного финансирования составил 185 млн долл., плюс налоговые льготы и другие инструменты позволили к 2013 году добывать уже более 3 трлн куб. фут. сланцевого газа (рис. 2).

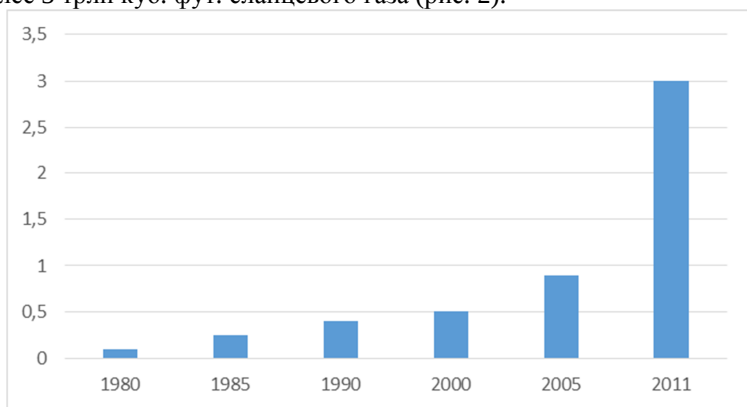


Рис. 2. Динамика добычи сланцевого газа в США, трлн куб. футов

Канадский и американский опыт показывает, что развитие добычи нетрадиционных видов углеводородов требует больших временных и денежных затрат, но в результате может принести ощутимые выгоды. Стало понятно, что государство играет ключевую роль на начальном этапе финансирования НИОКР, и без него реализация подобных проектов проблематична. Со временем все больше затрат берут на себя частные компании.

В нашей стране подобные проекты начали реализовываться относительно недавно. Это не удивительно, поскольку Россия обладает крупнейшими запасами традиционных видов углеводородов. В настоящее время сделан ряд важных шагов для развития добычи нетрадиционных видов углеводородов:

- принята государственная программа «Разработка и реализация мероприятий по геологическому изучению нетрадиционных видов углеводородного сырья» (распоряжение Правительства РФ от 26.03.2013 № 436-р);
- принят федеральный закон (от 23 июля 2013 г. № 213-ФЗ), устанавливающий пониженные ставки налога на добычу полезных ископаемых для трудноизвлекаемых запасов нефти;
- разрабатывается проект закона о системе вычетов расходов недропользователей на геологоразведку из суммы подлежащего уплате налога на добычу.

Уже делаются определенные шаги организационного характера. Так Томская область и Министерство природных ресурсов и экологии России подписали соглашение в области геологии и недропользования. В соответствии с этим соглашением, регион становится первым опытным полигоном, где органы власти, бизнес и научно-образовательный комплекс будут создавать инновационные методы разведки и добычи трудноизвлекаемых углеводородов. Затем этот опыт министерство будет распространять на другие нефтедобывающие регионы России.

Возможно, уже в ближайшем будущем в России появятся успешно реализованные проекты по добыче нетрадиционных видов углеводородов как в США и Канаде. По прогнозам, отмеченные меры позволят добыть за 20 лет более 325 млн. т нефти.

Ковальчук А.В.

Состояние сетевой розничной торговли FMCG в России

Финансовый университет (г.Москва)

Доля продуктов питания в общем товарообороте России с каждым годом растет. В 2013 году она составила порядка 48%, что на 1,4% больше, чем в предыдущем году. Следует заметить, что для этого сектора характерен наиболее высокий уровень консолидации среди всех секторов розничной торговли РФ. В обороте продовольственного ритейла доля оборота торговых сетей составляет 26%.

В первой десятке рейтинга «InfoLine Retail Russia TOP-100», оказались 7 продовольственных сетей.¹ При этом если еще в 2011 году выручка

¹При составлении рейтинга эксперты Infoline ежегодно анализируют финансовые и операционные показатели более тысячи розничных сетей, которые оперируют во

100 крупнейших розничных сетей составляла 3,2 трлн. рублей, то уже в 2012 году выручка 30 крупнейших участников рынка равнялась 3 трлн., а совокупная выручка 100 компаний приблизилась к 4 трлн. руб.

Лидеры российского ритейла X5 Retail Group и «Магнит» вошли в рейтинг 250 крупнейших розничных сетей из различных стран мира, заняв 58 и 65 места, соответственно ¹. Следует отметить, что обе сети поднялись по рейтингу относительно 2012 года. Однако прыжок «Магнита» наиболее впечатляющий (таблица 1).

Таблица 1. Скачок российских ритейлеров в рейтинге 250 крупнейших розничных сетей из различных стран мира.

Название компании	Позиция в рейтинге		Прыжок
	2011	2012	
X5 Retail Group N.V.	61	58	+3
ОАО "Магнит"	87	65	+22

В другом рейтинге Deloitte, который отображает 50 самых быстрорастущих розничных сетей мира вошли 3 крупнейшие FMCG сети страны, а «Магнит» и X5 Retail заняли 7 и 12 места, соответственно (таблица 2.).

Таблица 2. Рейтинг самых быстрорастущих розничных сетей мира

№		Название компании	Страна	Выручка, 2012 г. (млн. \$)	Основной формат	Среднегодовые темпы прироста выручки		Темпы прироста выручки		Рентабельность по чистой прибыли	
2007-2012гг.	2006-2011гг.					2007-2012гг.	2006-2011гг.	2012г.	2011г.	2012г.	2011г.
1	15	Jumbo Groep Holding B.V.	Нидерланды	8,95	Супермаркет	40,7%	27,2%	115,2%	-8%	-	-
2	-	Chongqing Department Store Co., Ltd	Китай	4,34	Универсам	38,4%	-	12,4%	-	2,5%	-
3	2	Steinhoff International Holding	ЮАР	7,952	Другое	36,3%	45,5%	16,9%	132%	6,9%	7,5%
-	-										
6	-	"Дикси"	Россия	4,752	Супермаркет	32%	-	43,7%	-	0,7%	-
7	5	"Магнит"	Россия	14,424	"Магазин у дома"	31,6%	35,9%	26,3%	46,9%	5,6%	3,7%
-	-										
12	3	X5 Retail	Россия	15,795	Дискаунтер	24,3%	40,7%	2,2%	37%	-0,8%	2%

Интересно заметить, что лист рейтинга существенно изменился по сравнению с предыдущим годом. Первые позиции заняли компании, неко-

всех областях розничной торговли, кроме продаж автомобилей и мотоциклов, а также моторного топлива на территории России.

¹ По результатам ежегодного Рейтинга «Global Powers of Retailing 2014», публикуемого Deloitte.

торые из которых ранее не входили в десятку, а какие-то и вовсе не были в нем представлены в 2011 году. «Магнит» и X5 Retail также ухудшили свой результат. Однако если первый опустился с 5 на 7 место, то второй упал на 9 позиций. В тоже время «Дикси» показал отличный результат, ворвавшись в рейтинг в 2012 году, он обогнал российских лидеров и занял 6 строчку.

Стремительный рост, который показывает группа «Дикси» и сейчас можно объяснить грамотной политикой управления, которая была выбрана в этой компании. Розничная сеть сменила формат своих магазинов с дискаунтеров на «магазин у дома». Так, она вышла из сегмента рынка, в котором ее главными конкурентами были такие сильные игроки как «Магнит» и X5 Retail Group и начала закрепляться в нише самого дефицитного формата на рынке продуктового ритейла.

Проанализировав таблицу 1.11 можно сделать вывод, что если за период 2006-2011 гг. X5 Retail опережал по темпам среднегодового прироста выручки своего конкурента, то после 2011 года положение изменилось. «Магнит» имел более высокие показатели рентабельности, что помогло ему в 2012 году обогнать X5 Retail Group и по объему выручки. Подобные результаты можно объяснить разной политикой развития, которая была выбрана этими компаниями. Если X5 Retail сделал ставку на рост посредством слияний и поглощений, то «Магнит» стремился повысить эффективность своей деятельности. Поэтому какое-то время X5 Retail опережал своего соперника по объему выручки, но потом, обладая лучшими показателями эффективности, «Магниту» удалось вырваться вперед.

В настоящее время «Магниту» лишь укрепляет свою лидирующую позицию. Так, темпы прироста его оборотов в разы превышают показатели X5 Retail. За 2013 год «Магнит» открыл практически в два раза больше магазинов, чем его главный конкурент.¹ В результате, его совокупная торговая площадь на 26% превысила торговую площадь X5 Retail Group.²

Таблица 3 Динамика основных показателей российских розничных сетей

Название компании	Кол-во магазинов, шт			Торговая площадь, м²			Выручка, млн. руб			Выручка на м², тыс. руб		
	2012	2013	Δ, %	2012	2013	Δ, %	2012	2013	Δ, %	2012	2013	Δ, %
Магнит	6884	8093	17,6%	2549270	3011380	18,1%	448661	544314,6	21,3%	176	180,8	2,7%
X5 Retail Group	3802	4544	19,5%	1969745	2222883	12,9%	317751	327126,8	3%	161,3	147,2	8,8%
Okey Group	83	94	13,3%	428000	489000	14,3%	115922	129262	11,5%	270,8	264,3	2,4%
Дикси	1499	1799	20%	514934	617168	19,9%	147023	169461	15,3%	285,5	274,6	3,8%

¹ В таблице представлены данные по «чистым» открытиям (с учетом закрытий)

² Выручка скорректирована на уровень инфляции, взятый по данным Росстат и равный 6,5% за 2013 год.

По данным таблицы видно, что общий рост выручки соответствует эффективной отдаче от торговых площадей только у «Магнита», его изменения составили 2,7%. Другие же компании имеют отрицательную динамику. Логично предположить, что новые площади могут окупиться в будущем, однако пока этого не наблюдается. Наихудшие результаты имеет X5 Retail Group. Если общая динамика выручки этой компании пусть низкая, но положительная, то с ростом количества торговых метров отдача на каждый из них существенно падает.

Интересные результаты показала сеть розничных магазинов «Дикси», которая по динамики открытия новых точек и увеличения торговой площади обогнала даже лидера российского рынка – «Магнит». Однако по сравнению с 2012 годом, который оказался для нее прорывным, темпы роста выручки группы «Дикси» относительно снизились, и в 2013 году она показала второй результат по приросту доходов.

На третьем месте по темпам увеличения оборотов торговли оказалась сеть гипермаркетов «Okey Group». За 2013 год она добилась прироста в 11,5%. Компания открыла 11 новых магазинов, однако продолжает существенно уступать по торговым площадям своим конкурентам. В тоже время, сеть «Okey Group» имеет высокую отдачу на 1 м² (264,3 тыс. руб/м²), которая намного превышает отдачу тех же X5 Retail (147,2 тыс. руб/м²) и «Магнит» (180,8 тыс. руб/м²) и близится к лидирующему результату группы «Дикси» (274,6 тыс. руб/м²).

Теперь обратимся к показателю Like-for-like(метод аналогии), который широко используется для анализа эффективности деятельности розничных сетей. Особенностью этого показателя является то, что при оценке в нем исключаются доходы, связанные с другими видами деятельности организации, такими как, например, слияние и поглощение (M&A). Иначе говоря, используя этот метод можно выявить и отделить показатели по неосновным видам деятельности от валовых показателей¹.

Таблица 1.4 . Метод аналогии, динамика за 2013 год

Название компании	Выручка	Трафик	Средний чек
Магнит	3,90%	-1,30%	5,20%
X5 Retail Group	0,70%	-2,90%	3,70%
Okey Group	8%	0,50%	7,50%
Дикси	3,90%	-2,20%	6,20%

¹ При его расчете использовалась информация о магазинах, проработавших полный календарный год.

Самый высокий темп роста выручки продемонстрировала сеть гипермаркетов и супермаркетов Okey Group, ее прирост составил 8%. Такой рост стал возможен благодаря увеличению среднего чека на 7,5%, а также возрастанию количества обслуживаемых клиентов.

На втором месте по росту выручки оказались сразу две розничные сети: «Дикси» и «Магнит». Первый ритейл достиг этого результата за счет увеличения среднего чека на 6,2%, при этом количество чеков снизилось на 2,2%. Второй имел более скромный прирост среднего чека - 5,2%, однако меньший отток покупателей - 1,3%.

X5 Retail Group смог обеспечить себе прирост выручки только на 0,7%. Увеличение среднего чека было относительно скромным - 3,7%, а также компания стала лидером среди конкурентов по оттоку покупателей - 2,9%.

Можно сделать вывод, что в настоящее время конкуренция внутри страны ужесточается. Все больше компаний выходят на федеральный уровень и начинают теснить закрепившихся лидеров. В тоже время, конкуренция российских компаний с иностранными относительно низкая. Более привлекательными для зарубежных инвесторов и международных сетей пока остаются рынки Китая и Индии.

Ресурсы:

1. Рейтинги консалтинговой компании Deloitte // [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.deloitte.com
2. Рейтинг «InfoLine Retail Russia TOP-100»//Информационно-консалтинговое агентство InfoLine// [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.infoline.spb.ru
3. Базы данных//Федеральной службы государственной статистики Росстат// [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.gks.ru
4. Финансовая и операционная отчетность/ ОАО «Магнит»// [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.magnit-info.ru/
5. Финансовая и операционная отчетность/ ОАО X5 Retail Group// [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.x5.ru/>
6. Финансовая и операционная отчетность/ ГК «Дикси»// [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.dixy.ru
7. Финансовая и операционная отчетность/ ГК «Окей»// [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.okmarket.ru

Жаров А.Н., Козлов Г.Е.

О прогнозировании численности населения региона

Финиансовый университет (филиал в г.Ярославле)

Основным методом прогнозирования числа проживающих на данной территории является метод передвижки возрастов [1]. В основе данного метода лежат данные о количестве проживающих и их возрастном-половом распределении, полученном на основе переписи населения. Согласно последней переписи населения в России, в Ярославской области наблюдается очень высокий процент урбанизации, который незначительно меняется с

возрастом. Процент женщин в общем составе населения сильно меняется от 49 % при рождении до 78-88 % в возрасте 80-100 лет, что свидетельствует о высоком коэффициенте смертности мужчин. Для оценки коэффициентов дожития были использованы данные о возрастных коэффициентах смертности за 2010 год [3]. Для всех интервалов шириной в 5 лет коэффициенты дожития найдены согласно выражения

$$p_{x/x+4} = 1 - \frac{5q}{1000}. \quad (1)$$

Для построения коэффициентов дожития для 5 летних интервалов в возрасте от 70 до 105 лет была применена экстраполяция по параболе на основе метода наименьших квадратов по коэффициентам дожития за три последних временных интервала: 55-59; 60-64; 65-69, считая, что коэффициент дожития в интервале 100 лет и более равен нулю. Для мужского и женского населения уравнения парабол соответственно имеют вид

$$p_{x/x+4} = -0,0054 \cdot n^2 - 0,0376 \cdot n + 0,9114, \quad (2)$$

$$p_{x/x+4} = -0,0112 \cdot n^2 + 0,0171 \cdot n + 0,9475. \quad (3)$$

Для оценки числа рожденных детей используются возрастные коэффициенты рождаемости за 2010 год [5]. Для оценки миграционной составляющей - данные о мигрантах прибывших и убывших с территории Ярославской области [4]. Среднее число сальдо миграции составляет 4025 чел/год. Среднее квадратичное отклонение сальдо миграции составляет 1530 чел/год.

Прогноз населения на основе выше представленных данных проведем следующим образом. Число живущих мужчин и женщин $S_{x+5-x+9}$ в возрасте от $x+5$ до $x+9$ равно

$$S_{x+5-x+9} = S_{x-x+4} \cdot p_{x/x+4}. \quad (4)$$

Число родившихся за 5 лет:

$$S_{0-4} = \sum_{\substack{x=15;20;25 \\ 30;35;40;45}} 5 \cdot f_{x-x+4} \cdot S_{x-x+4}^F. \quad (5)$$

где f_{x-x+4} - коэффициент рождаемости. Количество рожденных мальчиков и девочек считаем в отношении 0,51 к 0,49

$$S_{0-4}^M = 0,51 \cdot S_{0-4}; \quad S_{0-4}^F = 0,49 \cdot S_{0-4}. \quad (6)$$

Таблица 1. Прогноз населения Ярославской области до 2025 года на основе переписи населения 2010 года в условиях постоянного сальдо миграционного потока 4025 чел/год.

возраст	2015		2020		2025	
	муж	жен	муж	жен	муж	жен
0-4	38300	36798	35209	33829	30325	29136
5-9	32489	31229	37860	36449	34804	33507
10-14	29532	27991	32424	31197	37784	36412

15-19	27446	25719	30730	29206	33617	32408
20-24	33448	33341	28539	26913	31804	30391
25-29	49613	50811	34287	34466	29441	28063
30-34	50196	50672	49755	51738	34774	35500
35-39	46803	48521	49747	51449	49321	52505
40-44	43811	46860	46212	49196	49040	52089
45-49	39002	43449	42922	47368	45206	49667
50-54	42245	50279	37646	43794	41304	47631
55-59	40706	54505	38317	48796	34145	42502
60-64	35202	54232	35353	52025	33278	46576
65-69	26303	45048	28672	50680	28795	48617
70-74	10904	24511	19741	40521	21518	45587
75-79	14322	39366	7356	20508	13317	33904
80-84	6031	21107	8427	29642	4328	15443
85-89	3392	16068	2963	13654	4141	19176
90-94	738	5520	1301	8329	1137	7078
95-100	77	829	196	2029	345	3061
более 100	10	106	10	161	27	394
всего	570570	706962	567669	701951	558451	689647
	1 277 532		1 269 620		1 248 098	

Сальдо миграции считаем постоянным со средним значением 4025 чел/год. Состав мигрантов считаем равномерно распределенным по полу и возрастам от 15 до 54 лет. Анализируя полученные данные нетрудно видеть, что число жителей Ярославской области до 2015 года будет возрастать в сравнении с числом наличного населения переписи 2010 года. После 2015 года народонаселение Ярославской области будет уменьшаться, даже не смотря на постоянный миграционный приток.

К 2025 году на каждую 1000 работающих жителей Ярославской области будет приходиться 844 жителя нетрудоспособного возраста. Коэффициент нагрузки детьми будет незначительно возрастать до 2020 года, после чего стабилизируется на уровне около 300 детей на 1000 лиц трудоспособного возраста.

Как видно из прогноза, Ярославская область столкнется с недостатком трудовых ресурсов трудоспособного возраста. Данный фактор является тормозящим фактором экономического развития. Преодоление недостатка трудовых ресурсов Ярославской области, на наш взгляд, следует восполнять за счет увеличения производительности труда на предприятиях, внедрением автоматизированных и полуавтоматизированных линий обработки, внедрением информационных технологий во все сферы жизнедеятельности Ярославского региона. Также, на наш взгляд, стоит обратить внимание на возможность стимулирования включения в трудовую деятельность пенсионеров. Однако это стоит делать только в условиях четкого экономико-физиологического обоснования, поскольку стимулирование

трудовой деятельности пенсионеров потребует дополнительных затрат, а производительность их труда в некоторых отраслях экономики может быть весьма низкой.

Литература

1. Демография. Учебное пособие./ Л.П. Харченко. М.: Омега-Л, 2007, 350 с.
 2. Всероссийская перепись населения 2010. Итоги.
http://yar.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/yar/ru/census_and_researching/census/national_census_2010/score_2010/
 3. Российский статистический ежегодник 2012.
 4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области.
http://yar.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/yar/ru/statistics/population/
-

Кокорева Е.О., Гениберг Т.В.

Выбор и разработка маркетинговой стратегии организации на фармацевтическом рынке

НГУЭУ (г. Новосибирск)

На сегодняшний день фармацевтический рынок является одним из самых быстро развивающихся в мире. Число препаратов стремительно растет, что повышает конкуренцию между производителями[3,5]. Компании, ориентированные на потребителя, вынуждены разрабатывать инновационные маркетинговые мероприятия, позволяющие удержать свои конкурентные позиции на прежнем уровне[8].

Несмотря на специфику фармацевтического рынка, для его эффективного функционирования необходимо применение базовых маркетинговых принципов, позволяющих укреплять рыночные позиции реализуемых товаров, в частности лекарственных средств[2]. По мере расширения объемов рынка обязательным условием успешных продаж препаратов становится формирование комплекса отличительных признаков среди конкурентов-аналогов лекарственных средств, привлекательных для потребителей. В связи с этим важную роль в деятельности компании играет формирование маркетинговой стратегии, которая, в свою очередь, является залогом успешного развития на рынке[7].

Цель данной работы - совершенствование методического обеспечения выбора и разработки маркетинговой стратегии на основе фармацевтической компании.

Объект исследования: Новосибирское представительство компании «Пфайзер» США

В качестве структурной единицы фармацевтического рынка мы выделяем фармацевтическую услугу – комплекс действий по удовлетворению потребностей в поддержании заданного уровня качества жизни потребите-

ля фармацевтической продукции. Фармацевтической услуге присущи как свойства товара, так и услуги[1,6].

В распоряжении участников рынка находятся следующие базовые ресурсы формирования и реализации маркетинговой стратегии: реклама, как прямая, так и специализированная, личные продажи – деятельность медицинских и торговых представителей, интенсификация (стимуляция) продаж, общественные отношения и исследовательские компании[4,9].

Выводы:

Разработку маркетинговой стратегии продвижения фармацевтической услуги необходимо проводить поэтапно.

Нами предложен следующий алгоритм разработки маркетинговой стратегии продвижения фармацевтической услуги:

1. Систематизация и анализ информации о емкости рынка, целевой аудитории, конкурентах, проблемной области:

- при изучении рынка важно определить его емкость, конкурентные лекарственные средства и степень знаний специалистов и пациентов о проблеме заболеваемости, методах диагностики и лечения. На основе этих знаний определяется степень актуализации проблемы с позиции продвигаемого лекарственного средства с учетом критериев доминирования данного аспекта. Актуализация проблематики особенно важна при выводе лекарственного средства на рынок (подготовка рынка к выводу лекарственного средства), так как позволяет вызвать интерес широкой аудитории специалистов.

- анализ конкурентов на рынке проводится с целью систематизации собственных конкурентных преимуществ и построения на их основе маркетинговой стратегии продвижения.

- оценку целевой аудитории продвижения необходимо разбивать на две составляющие: конечные и промежуточные потребители.

2. Формализация маркетинговой стратегии продвижения фармацевтической услуги: разработка ключевых сообщений позиционирования и промоционных материалов; прогнозирование запасов и товарных оборотов лекарственных средств; подготовка персонала к реализации маркетинговой стратегии; планирование объема и плотности промоции, визитов медицинских представителей, групповых мероприятий, PR мероприятий, объема и качество исследований и публикаций в специализированных СМИ.

3. Реализация и оперативная корректировка маркетинговой стратегии включает осуществление визитов медицинских представителей, контроль и корректировку товарных запасов лекарственных средств, проведение исследований и публикацию их результатов в специализированных СМИ, организацию круглых столов, конференций, PR мероприятий.

Список литературы:

1. Апазов, А. Состояние и перспективы развития фармацевтического рынка России / А. Апазов, Т. Кирсанова // ФармВестник. -1998.- №7 (98).
 2. Багиев, Г.Л. Маркетинг и культура предпринимательства / Г.Л. Багиев, В.В. Томилов, З.А. Чернышева СПб.: СПбУЭиФ, 1995. -116 с.
 3. Диксон, П. Р. Управление маркетингом: пер. с англ. / П. Р. Диксон М.: б.и., 1998. -600 с.
 4. Дойль, П. Менеджмент, стратегия и тактика / П. Дойль. Санкт-Петербург: Питер, 1999.
 5. Долбунов, А.А. Разработка маркетинговой программы (на примере фармацевтического предприятия) / А.А. Долбунов // Маркетинг в России и за рубежом. 1997. - №2. - С.16-17.
 6. Ефремов, В.С. Концепция стратегического планирования в бизнес-системах / В.С. Ефремов. М.: «Финпресс», 2001.
 7. Кинг У. Стратегическое планирование и хозяйственная политика / У. Кинг, Д. Клиланд. -М.: Прогресс, 1982.
 8. Петров, П.В. Прогнозирование емкости рынка / П.В. Петров, А.Н. Соломатин. СПб. ТЭИ, 1997. - 30с.
 9. Пивоваров, И.С. Стратегический менеджмент холдинга / И.С. Пивоваров, СПб.: Печатный Двор, 1994.
-

Колодешникова Н.В.

Роль идеи социально-экономического развития в функционировании социально-эколого-экономической системы «город»

АСФ КемГу (г. Анжеро-Судженск)

Социально-эколого-экономическая система (в дальнейшем СЭЭС), как и целостные самоорганизующиеся системы других генетических видов, представляет собой функционально упорядоченное единство составляющих ее подсистем, сама же она в свою очередь является частью системы более высокого ранга [1].

Город, как единая целостная СЭЭС является частью системы «административно-территориальная единица», и сама в свою очередь состоит из подсистем более низкого ранга, которые определяют ее структуру. Из совокупности подсистем СЭЭС «город» можно выделить главные, базисные ее части, определяющие «лицо» города, особенности его функционирования и развития. Это инвариантные, медленно меняющиеся или длительное время не изменяющиеся части структуры системы.

Инвариант структуры функциональных отношений СЭЭС «город» состоит из нескольких подсистем – блоков [2], одним из которых выступает идеологическая абстрактная система, являющаяся наивысшей по рангу составляющей инварианта структуры. Если она разрушается, и заменяется иной, то разрушается и заменяется другим весь инвариант структуры города. Содержание этой системы определяет идея социально-экономического развития города.

В идеи социально-экономического развития г. Анжеро-Судженска можно выделить несколько приоритетных направлений:

1. Поддержка малого и среднего бизнеса. Так только за 2011 год из различных источников было профинансировано 223 субъектов предпринимательства на общую сумму около 45 млн. рублей.

2. Расширение и освоение площадей в целях промышленного и жилищного строительства, а также строительства зон рекреации и отдыха людей. Для этих целей городом выделено 20 строительных площадок.

3. Повышению энергоэффективности жилищно-коммунального хозяйства. На реализацию муниципальной программы «Комплексные мероприятия по повышению энергоэффективности жилищно-коммунального хозяйства на территории Анжеро-Судженского городского округа» на 2014-2016 гг. планируется затратить около 530 млн. руб.

4. Обеспечение доступным и комфортным жильем. На реализацию муниципальной программы «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами» на 2014 - 2016 гг. планируется затратить более 520 млн. руб.

5. Социальная поддержка населения. На реализацию муниципальной программы «Социальная поддержка населения Анжеро-Судженского городского округа» на 2014-2016 годы планируется затратить около 1,5 млрд. руб.

6. Инвестиционная модернизация. На реализацию «Комплексного инвестиционного плана моногорода Анжеро-Судженска» на 2012-2015 гг. планируется затратить около 85 млрд. руб.

Литература:

1. Колодешникова Н.В. Город как социально-эколого-экономическая система. – Материалы XVI Всероссийской научно-практической конференции «Научное творчество молодежи» (17-18 мая 2012 г.), Анжеро-Судженск, 2012. – Ч.1. – С. 189-192 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.channel2012.ru>

2. Колодешникова Н.В. Модель социально-эколого-экономической системы «Город». – Сборник научных статей международной студенческой научно-практической конференции: «Глобальные проблемы современной экономики», Вязьма: филиал ФГБОУ ВПО «МГИУ» в г. Вязьме, 2014 – С. 151-156

Красников А.В.

Кластерный подход в инновационном развитии экономики России

ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет» (г. Ставрополь)

Стратегическая задача по вхождению России в пятерку ведущих стран мира по экономической мощи предполагает научное и технологическое лидерство страны по направлениям, обеспечивающим ее конкурентные преимущества. Инновации становятся определяющим фактором развития и трансформации экономики России в стремительно меняющихся

мировых условиях. В настоящее время инновационному развитию уделяется все большее внимание на всех уровнях государственного, муниципального и внутрифирменного управления. По результатам мировой практики до 30 % прироста ВВП (в передовых странах более 80 %) обеспечивается научно-техническим развитием. Вклад российской инновационной продукции в мировую копилку инноваций составляет всего 0,3% и имеет тенденцию к дальнейшему уменьшению [2, 4]. Если государство не изменит своего декларативного подхода к проблеме инноваций, не разработает реальных программ с реальными источниками бюджетного и внебюджетного финансирования, не создаст правового поля для инноваций и механизмов его реализации, то Россия рискует через несколько лет потерять весь научно-технологический потенциал и попасть надолго, если не навсегда, в зависимость от зарубежных технологий. В этой связи активизация инновационной деятельности имеет важное значение как для России в целом, так и для каждого ее региона.

В концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года в качестве одного из направлений перехода к инновационному типу экономического развития предполагается создание сети территориально-производственных кластеров, реализующих конкурентный потенциал территории [1].

Под кластерами понимаются комплексы предприятий (промышленных компаний, научно-исследовательских и образовательных организаций, объединений предпринимателей, органов государственного управления и др.), сформированных на базе территориальной концентрации сетей, связанных между собой производственно-технологическими и иными отношениями [3]. Таким образом, в кластере группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций должна действовать в определенном секторе экономики, характеризоваться совместной сферой деятельности, взаимодополняя друг друга.

Н сегодняшний день метод интеграции кластерного подхода в инновационную политику является наиболее востребованным. Кластеризацией уже охвачено более 50 % экономик ведущих стран, она выступает как новый вектор мирового развития. Кластерный подход предоставляет дополнительную возможность участникам кластера осуществлять инновационную деятельность, выполнять научные исследования и разработки. Повышается статус входящих в кластер организаций, что способствует росту их репутации и конкурентоспособности, привлекает в регион дополнительные ресурсы. В свою очередь кластерный подход позволяет повысить эффективность взаимодействия государства, частного сектора, бизнес-структур, исследовательских и образовательных учреждений в инновационном процессе.

В настоящее время в ряде субъектов Российской Федерации использование кластерного подхода уже заняло одно из ключевых мест во многих стратегиях социально-экономического развития. Тем не менее в России развитие кластеров сталкивается с серьезными препятствиями как общего, так и специфического характера. К числу причин, тормозящих развитие кластеров в России относятся:

- экономика России характеризуется высокой монополизацией региональных и локальных рынков, что снижает общую конкурентоспособность;
- недостаточное взаимодействие между органами государственной власти и местного самоуправления, бизнесом и научно-образовательными учреждениями по повышению инновационности производства и сферы услуг;
- низкая восприимчивость предприятий к инновациям, крайне медленные темпы обновления модельного ряда выпускаемой продукции, недостаточный уровень ее потребительских качеств;
- низкий уровень культуры взаимоотношений, доверия и единой производственной идеологии;
- отсутствие общего экономического интереса предприятий, особенно взаимосвязанных в рамках технологической производственной цепочки;
- недостаточное качество и доступность инфраструктурной базы, в том числе инновационной, транспортной и инженерной;
- государственные инициативы в кластерной политике ориентированы в первую очередь на поддержку крупных предприятий, в то время, как показывает зарубежная практика, кластер формирует развитая сеть малых и средних предприятий;
- не созданы совершенные механизмы методической, информационно-консультационной и образовательной поддержки развития кластеров;
- ограничен набор инструментов финансовой поддержки кластерных проектов из бюджетных источников, нехватка доступного капитала [3] .

Анализ практики развития кластеров в регионах позволяет выделить ряд преимуществ: наблюдается повышение производительности труда, происходит возникновение новых деловых и бизнес-структур внутри кластера, возникают тесные внутрифирменные связи, происходит широкое распространение инноваций. Кроме того, кластерный подход в инновационном развитии экономики России позволяет повысить конкурентоспособность, усилить инновационную направленность, повысить уровень жизни населения.

Список литературы

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года. Утв. распоряжением Правительства РФ от 17.11.2008 г. № 1662-р.

2. Бекетов Н. В. Проблемы и перспективы инновационного развития экономики России [Текст] Н. В. Бекетов // Проблемы современной экономики: Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2010. – № 12.

3. Ерлыгина Е. Г. Кластерный подход в инновационном развитии региона [Текст] Е. Г. Ерлыгина // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 2. – С. 64-67.

4. Нестеренко Ю. А. Мировой опыт формирования национальной инновационной системы и проблемы России [Текст] Ю. А. Нестеренко // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 2. – С. 31-37.

Краснов Е. М.

Сценарии развития России к 2020 году

МГОГИ (г. Орехово-Зуево)

На сегодняшнем этапе развития России важно попытаться обозначить текущие политические тенденции и определить, как будет выглядеть развитие страны, если эти тенденции сохранятся и в будущем.

Этому посвящена книга «Россия - 2020: Сценарии развития», выпущенная Московским Центром Карнеги и издательством РОССПЭН. Модераторами мероприятия были редакторы книги — главный редактор журнала Pro et Contra Мария Липман и председатель программы «Общество и региональная политика» Николай Петров.

М. Липман и Н. Петров указали, что книга является итогом длительной работы над одноименным проектом Московского Центра Карнеги.

Как рассказала Мария Липман, в рамках проекта в 2010 году была сформирована международная команда из трех десятков экспертов, которые занялись разработкой сценариев развития России до 2020 года. Эксперты рассматривали различные сюжеты: политическую систему, экономику, место России в мире и т. д.

Н. Петров объяснил выбор временной рамки для сценариев двумя обстоятельствами: в 2010 году, когда проект был начат, 2020 год выглядел достаточно далеко отстоящим от предстоявших на тот момент в 2011 и 2012 годах выборов, и эксперты не должны были оказаться в плену сиюминутных тенденций; в то же время эта дата довольно близка к сегодняшнему дню, поэтому сценарии не выглядят как утопические построения.

Задачи проекта М. Липман отметила, что задачей проекта было не только заглянуть вперед, но и разобраться в настоящем. Итоговые сценарии, добавил Н. Петров, являются попыткой описать настоящее и посмотреть, что из него может получиться: эксперты старались определить, как будет выглядеть развитие страны, если сегодняшние тренды сохранятся.

Сценарии: Н. Петров представил три основных сценария, которые были выработаны авторами книги:

1) «Ранний Путин, или Путин-реформатор» (управляемая сверху политическая модернизация),

2) «Перестройка-2» (начатая властью трансформация, которая достаточно скоро выходит из-под контроля и обретает свою собственную логику развития)

3) «Сталин-лайт» (попытка «закручивания гаек» и движение к авторитаризму).

Анализируя эти сценарии, С. Медведев добавил, что, наиболее вероятным, по словам является сценарий «Брежнев плюс» («застой» системы), который, как считает С. Медведев, проглядывает во многих главах книги.

При анализировании всего вышнее сказанного получаем три базовых сценария:

I. Умеренная модернизация предполагает сохранение в целом существующей политической системы с усилением самостоятельности политических партий.

II. Ускоренная модернизация предполагает полноценный федерализм, полноценную двухпартийную систему, реальное разделение властей, в частности парламентский контроль за деятельностью правительства, включая контроль за силовыми структурами.

III. Авторитаризация означает окончательное превращение выборов в ритуал демонстрации лояльности, а также завершение перехода к «полупартийности».

В заключение книги было сказано что возможно, резких поворотов удастся избежать, и возобладает инерционное развитие. С кризисом 2008 г. страна уже вступила в полосу перемен, которые пока колоссальными усилиями правительства удавалось несколько замедлить, но это лишь временная отсрочка.

Крышка Н.П.

Интернет как вид интегрированных коммуникаций

Южный институт менеджмента (г. Краснодар)

Коммуникации – это не только инструмент маркетинга, но и важнейший фундамент любой культуры на всех уровнях современного общества. На уровне организации они представляют собой динамичный процесс, который включает не только потоки информации, но и всю гамму психологического взаимодействия внутри трудового коллектива и с внешними партнерами по бизнесу.

Коммуникации как связующий процесс в результате обмена информацией осуществляется в результате четкой работы механизма, звеньями которого является отправитель, сообщение, канал продвижения информа-

ции и получатель. При этом решающее значение отводится корректировке обратной связи, т.е. оценке реакции целевых аудиторий покупателей на предложенные товары, услуги.

Развитие коммуникационных средств осуществляется чрезвычайно быстрыми темпами. Так, если на развитие речи ушло 500 тыс. лет, письма – 4 тыс. лет, печатного дела – 500 лет, телефона – 100 лет, радио – 50 лет, телевидения – 25 лет, то на создание такого принципиально нового средства массовой информатизации, как Интернет, ушло не более 5 лет[2].

Интернет превратился в эффективный инструмент бизнеса, новый мощный канал распространения информации. Сегодня интернет-маркетинг – один из самых сильных и быстроразвивающихся элементов комплекса маркетинговых коммуникаций.

Интернет вошел в нашу повседневную жизнь, изменив традиционные способы общения людей, представления и сбора информации о рынках, компаниях, товарах и услугах. Сегодня интернет – это неотъемлемая часть социального пространства. С его помощью люди не только общаются, но и делают покупки, проводят досуг за онлайн-играми, смотрят фильмы, слушают музыку, а также размещают рекламные предложения и т.д. В интернете постоянно присутствует большое количество людей и компаний по всему миру, удовлетворяющих как личные, так и коммерческие интересы и потребности[1].

Интернет произвел революцию в маркетинге. Потребители получили возможность исследовать продукты, представляющие интерес, высказывать свое мнение о продуктах и услугах без необходимости посещать множество торговых точек. Компании получили возможность использовать интернет-пространство как информационную, рекламную и коммерческую площадку, более точно ориентировать свои сообщения, индивидуализировать предложения.

Проникновение бизнеса в Глобальную сеть привело к существенному изменению бизнес-процессов большинства компаний и зарождению специализированных сегментов экономики, существование которых ранее было невозможно (е-экономика, веб-торговля, услуги по продвижению в интернете и по хранению информации, дистанционный аутсорсинг бизнес-функций и т.д.). Закономерно, что интернет как информационная и управленческая инфраструктура оказал максимальное влияние на маркетинг как на бизнес-функцию, в реализации которой существенную роль играет информационное воздействие между участниками рынка: продавцами и покупателями, деловыми партнерами, конкурентами, сотрудниками компаний и т. д.

Как бы ни критиковали процесс информатизации и интернетизации, он неизбежен. Большинство компаний смотрят в будущее, а, следовательно, должны эффективно использовать те возможности, которые представляют социальные медиа. Это практически мгновенный сбор информации о

потребителях, общение с целевыми потребителями на их языке, интерактивное общение компаний и потребителей в социальных сетях, что позволяет маркетингу формировать адресные предложения. Сегодня технологии достигли такого уровня, когда интернет-деятельность и маркетинг компаний могут быть индивидуально адаптированы к потребностям каждого пользователя с учетом его социальных связей, реальных и потенциальных предпочтений, и даже опережать их с учетом новых технологических возможностей.

Литература:

Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: Учебное пособие/Под ред. Л.А. Данченко. – СПб.: Питер, 2013. – 288 с.

Управление маркетингом: Учебное пособие/Под ред. проф. И.М. Синяевой. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник, 2009. – 416 с.

Кузьмин К.А.

Совершенствование механизмов экономической безопасности в коммерческом банке

УРАО (г. Москва)

Современные коммерческие банки испытывают ряд проблем связанные с несанкционированным использованием банковских карт. В качестве системы защиты в банках создана организация противодействия этим негативным тенденциям, комплаенс-контроль. Подразделение комплаенс-контроля зарекомендовала себя достаточно эффективно, но в тоже время есть ряд недостатков. К их числу относятся:

- Снижение дополнительных непрофильных и неприоритетных производственных заданий для сотрудников подразделений комплаенс-контроля

- Эффективная работа подразделений в области социальной инженерии, и в частности, противодействия фишингу

Для решения поставленных задач, а также повышения эффективности комплаенс-контроля необходимо рассматривать следующие аспекты банковской деятельности:

- Технический аспект

- Информационный аспект (информация о счетах клиента)

Исходя из поставленной цели, решаются следующие задачи:

Разработка новых организационных схем и соответствующую с использованием современных информационных технологий. Обеспечивающий максимально возможную эффективность в данном направлении деятельности

Разработка экономико-математических модели системы комплаенс-контроля коммерческого банка

В частности предлагается:

- Использование средств автоматизации с элементами искусственного интеллекта в системе компьютерной обработки банковской информации на всех стадиях ее анализа.

- фильтр входящих данных;
- самообучаемость программы;
- наглядном представлении результатов вычислений

Предполагается, что реализация рассмотренной системы мероприятий в рамках единой межбанковской программы их скоординированного развития позволит существенно снизить финансовые потери банков, обусловленные действиями рассматриваемых факторов.

Легконогова А.С., Барабошкина О.В.

**Ведение бухгалтерского учета индивидуальными
предпринимателями: влияние на качество управленческих решений**

ВГУЭС (г. Артем)

Эффективность развития малого и среднего бизнеса является важной составной частью экономики любого развитого государства. Благодаря деятельности малого и среднего предпринимательства активизируется рынок потребительских товаров и услуг, появляются новые рабочие места, возрождаются народные промыслы и ремесла, увеличиваются поступления в региональный и местный бюджеты, что в итоге ведет к успехам развития экономики страны.

К субъектам малого и среднего предпринимательства в России относятся потребительские кооперативы и коммерческие организации, а также индивидуальные предприниматели и крестьянские (фермерские) хозяйства [1].

На 1 января 2013 года в Едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей было зарегистрировано 3,8 млн. человек, но стоит отметить, что на 1 января 2014 года количество сократилось и составило 3,3 млн.[2]. Результатом сокращения количества индивидуальных предпринимателей, является принятие новых федеральных законов, в частности о страховых взносах, а также недостаточная поддержка со стороны государственных органов.

Для того чтобы деятельность была успешной, индивидуальный предприниматель должен постоянно реагировать на изменения внешней среды бизнеса, принимая рациональные управленческие решения. Эффективное управление финансово-хозяйственной деятельностью невозможно без информации. Она необходима для выработки программы действия объекта управления, отражения хода его развития и его регулирования. Эти информационные потоки создаются взаимосвязанными, логически последовательными управляющими функциями: планирование, учет, анализ, контроль, регулирование.

Важнейшим источником информация в обеспечении финансово-хозяйственной деятельности осуществляемого бизнеса служит бухгалтерский учет. В соответствии со статьей 6 Федерального закона от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» индивидуальные предприниматели имеют право не вести бухгалтерский учет [3], но собственники должны осознавать важность ведения полного бухгалтерского учета, т.к. он фиксирует все изменения, происходящие в производственной, снабженческой и сбытовой деятельности, т.е. дает необходимые сведения о кругообороте средств.

Все изменения, происходящие в хозяйственной деятельности, регистрируются в бухгалтерском учете с целью активного воздействия на улучшение работы и позволяют: оценить эффективность капитальных вложений; техническое состояние основного капитала; провести анализ оборачиваемости и дать оценку необходимого запаса оборотных средств; контролировать дебиторскую и кредиторскую задолженность; обеспечивать постоянную платежеспособность предприятия. Ведение полного бухгалтерского учета предполагает осуществление контрольной функций, т.е. раскрытие злоупотреблений, хищений, бесхозяйственности.

Для осуществления финансово-хозяйственной деятельности предпринимателям необходимо имущество, сформированное с помощью собственных средств, а также при их недостаточности – заемных источников. В связи с этим при помощи бухгалтерской финансовой отчетности может быть определен необходимый размер заемных средств, который индивидуальный предприниматель в состоянии погасить без ущерба бизнеса.

По данным бухгалтерского учета всегда можно оценить не только полученный эффект от бизнеса, но и эффективность деятельности предпринимателя: рентабельность, тем самым оценить успешность решений, принимаемых индивидуальным предпринимателем. В силу этого ИП сможет определить какой вид деятельности, который он осуществляет, является более доходным.

В силу вышесказанного можно сделать вывод, что индивидуальным предпринимателям необходимо принять решение о полном ведении бухгалтерского учета, т.к. эффективное управление бизнесом возможно, если на нем организована рациональная система бухгалтерского учета, позволяющая делать выводы об отношении экономического эффекта к ресурсам (затратам), обусловившим этот результат. Под рациональной организацией и ведением бухгалтерского учета следует понимать систему элементов и средств наиболее оптимального построения учетного процесса с целью получения достоверной, своевременной и релевантной для управления информации о деятельности индивидуального предпринимателя и осуществления контроля за эффективностью использования ресурсов.

Литература:

1.О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (в ред. от 23.07.2013 N 238-ФЗ) [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.consultant.ru

2.Сведения о работе по государственной регистрации индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств / [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.nalog.ru

3.О бухгалтерском учете: федеральный закон от 06 декабря 2011 г. № 402-ФЗ [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.consultant.ru

Лепешкова М. Б.

Система управления прибылью банка

(г. Воронеж)

Управление прибылью – важная составная часть банковского управления, цель которой заключается в максимизации прибыли при доступном уровне рисков и обеспечении ликвидности баланса. И осуществляется через систему элементов управления, тесно связанных между собой.

В управлении прибылью коммерческого банка выделяют следующие блоки:

- Определение подразделений банка, участвующих в процессе управления прибылью.
- Планирование доходов, расходов и прибыли банка.
- Применение способов оценки уровня прибыльности банковской деятельности.
- Определение методов текущего регулирования прибыли.

Управление прибылью коммерческого банка осуществляется на различных уровнях: на уровне банка в целом и на уровне отдельных направлений деятельности банка, конкретных банковских продуктах, отдельных рабочих мест, взаимоотношений с клиентом. Каждый из уровней имеет свою специфику.

В управлении прибылью банка принимает участие различные его подразделения: руководящие органы, департаменты, управление, отделы.

Во-первых, это функциональные подразделения - управления и отделы, прямо участвующие в проведении активных и пассивных операций банка. В их функции по управлению прибылью входит оценка и анализ рентабельности создаваемых продуктов, контроль за рентабельностью отдельных сделок, предоставление информации в сводные аналитические управления для оценки рентабельности банка в целом.

Во-вторых - казначейство или другое сводное управление. В его функции входят составление плана доходов и расходов банка, как составной части бизнес-плана, анализ и оценка уровня прибыли банка в целом и рентабельности отдельных направлений деятельности банка, разработка рекомендаций о величине достаточной процентной маржи, процентных ставок по активным и пассивным операциям банка, в структуре работаю-

щих активов и ресурсов. Конкретные функции казначейства во многом зависят от структуры кредитной организации и определяются, так же как и контрольные формы участия функциональных подразделений в управлении прибылью банка Правлением банка.

В-третьих - бухгалтерия, которая обеспечивает аналитические службы казначейства и функциональных подразделений необходимой информацией.

В-четвертых - служба внутреннего контроля, в функции которой входит контроль за правильностью формирования и использования прибыли. Данный контроль включает в себя проверку соблюдения нормативных требований Центрального Банка Российской Федерации в отношении организации аналитического и синтетического учета доходов, расходов, формирования и использования прибыли, требований Министерства по налогам и сборам Российской Федерации по расчету налогооблагаемой базы, правильности применяемых ставок налога и сроков его перечисления, льгот, используемых банком при исчислении налогов и использования прибыли.

Лопаткин Д.С.

Устойчивость и конкурентоспособность предприятий сферы услуг

ФГБОУ ВПО РГУТИС (г. Москва)

Устойчивость предприятий имеет решающее значение для повышения их конкурентоспособности, для углубления сегментации и развития сферы потребительских услуг, сервисных технологий и товаров [3], [1]. Знание современных методов разработки и практической реализации финансовой политики предприятий сферы услуг, как с точки зрения макро, так и микроэкономики, помогает в их текущей деятельности, а также обоснованию и разработке самых различных инвестиционных проектов.

Исследование показало, что явления неустойчивости предприятия - это неотъемлемый атрибут его работы в условиях современного рынка. Эти явления - не только опасность, но и возможность, позволяющая увеличить эффективность работы и вывести предприятие на совершенно новую ступень развития. Дестабилизацию финансового положения предприятия можно предвидеть и преодолеть, что и обуславливает совершенствование механизмов обеспечения устойчивости хозяйственной деятельности, в частности путем формирования единого финансового механизма предприятия как средства достижения устойчивости [4]. В итоге, финансовый механизм обеспечения устойчивости предприятия - это система форм и методов финансового управления предприятием, с помощью которых осуществляется обеспечение предприятия финансовыми ресурсами, перераспределение этих ресурсов на условиях самофинансирования и/или кре-

дитования, при распределении которых между внутренними и внешними потребителями достигается финансово-экономическая устойчивость работы предприятия в долгосрочной перспективе [2].

Единая стратегия компании является базой для объединения действий и решений различных подразделений компании в одно целенаправленное усилие. Если нет стратегии, менеджмент не может сформулировать бизнес-модель, которая обеспечит рост стоимости компании, и не способен принимать долгосрочные решения, направленные на развитие и/или обеспечение устойчивости хозяйственной деятельности, потому в теорию жизненного цикла предприятия следует внести изменения. Нами разработана модель развития предприятия, которая не только выражает путь компании от расцвета до упадка, но и дает возможность своевременно реагировать на угрозы. Если рассматривать более детально развитие компании и применение стратегического управления для целей эффективного применения финансового механизма обеспечения устойчивости хозяйственной деятельности, то жизненный цикл развития компании можно представить по-другому. Как показывает теория и практика финансового менеджмента, устойчивость хозяйственной деятельности предприятий общественного сферы услуг важна тем, что выстраивая адекватную экономическую систему финансовых показателей и формируя свою дальнейшую концепцию роста. Данные предприятия тем самым не только и дальше упрочивают своё положение на конкурентном рынке, но и имеют возможность для успешного дальнейшего развития.

Литература:

1.Духовная Л.Л., Журавлева Н.В., Зуденкова С.А., Матушевская Е.Г. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг. Москва, 2008.

2.Духовная Л.Л., Журавлева Н.В., Зуденкова С.А., Фирсукова В.В. Методы повышения конкурентоспособности предприятий бытового обслуживания населения на примере услуг химической чистки/ Под ред. д.э.н. проф. Фирсуковой В.В. Москва, 2008.

3.Журавлева Н.В., Зуденкова С.А., Котилко В.В. Финансовая устойчивость предприятий сферы услуг: теоретический и методический аспекты. Москва, 2012.

4.Зуденкова С.А. Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивости развития жилищного хозяйства региона (на примере Московской области). Дисс.к.э.н. Москва. 2003.

Мамаева Н.В., Милютин Л.Б., Николенко В.Н.,

Тимофеева Н.Л., Федосеев А.И.

**К вопросу о математическом моделировании социально-
экономических процессов научной сферы**

МЭСИ (г. Москва)

В ходе своего развития наука прошла путь от бескорыстного, поддерживаемого исключительно любопытством, творчества ученых-одиночек, обладающих энциклопедическими на тот период развития науки знаниями, до сложнейшим образом организованной отрасли человеческой деятельности, в которой заняты миллионы работников. В наше время наука стала не просто поставщиком знаний, помогающих в борьбе за выживание человека, а настоящей «движущей силой» современного производства. Мало того, учитывая глобальные процессы, которые разворачиваются на современном этапе развития человеческой истории: экология, глобальное потепление, геополитика, можно утверждать, что развитие науки – это единственно возможный путь для решения возникающих перед человечеством проблем. «Непонимание того, что назначение научно-технического потенциала страны – обеспечивать ее будущее развитие, крайне опасно» [1].

Государство в лице соответствующих министерств и ведомств, понимая беспрецедентное значение науки в современном обществе, предпринимает активные усилия в реформировании научной сферы, пытаясь оптимальным способом решить вопрос повышения эффективности науки в стране. Однако, по мнению многих авторитетных ученых, политических деятелей и представителей общественности, действия современных «реформаторов» зачастую носят необоснованный характер. Такие научно необоснованные преобразования в научной сфере часто приводят к разрушительным последствиям и, в противоположность благим намерениям, дают обратный результат, что отбрасывает страну на задворки современного научно-технического прогресса.

Не вызывает никакого сомнения насущная потребность создания инструментария для предварительной оценки возможных последствий организационных, финансовых и социальных реформ в научной сфере. Надо, чтобы государство действовало не наугад и не слепо подражая другим странам, а могло заранее «просчитывать» свои шаги.

Решением этой задачи озабочены многие научные учреждения и коллективы исследователей. Трудность выбора оптимального решения в данной сфере заключается в том, что общественные отношения – это та область, где проведение экспериментов с различными начальными условиями неосуществимо, поэтому единственно возможным решением является моделирование на основе математических методов.

Математическое моделирование социальных процессов и формирование этого направления, как области научного знания, началось относительно недавно. В середине 70-х гг. 20 в. появились работы отечественных и американских математиков по моделированию общественных процессов. Это труды советских ученых: В.М. Глушкова [2], Т.Н. Блауберга, Э.Г. Юдина [3] и др. Из зарубежных ученых можно выделить Т.Л. Саати [4], Л. Блумфильд [5] и др.

На стыке математического моделирования и социальных наук были разработаны новые методики, чему способствовал научно-технический прогресс в области компьютерных технологий. В 90-х гг. было опубликовано значительное количество работ по данному направлению, существенно углубившее и расширившее эту область научного знания. При разработке математических моделей научной сферы необходимо учитывать, с одной стороны, сложность организации научной сферы и разнообразие научных предприятий, с другой стороны, глубокую интегрированность деятельности научных предприятий в общую социально-экономическую структуру государства и в мировую научную и экономическую систему. Следует учитывать также, что особенностью сферы научной деятельности, в отличие от сферы экономики, политики и социологии, является производство новых знаний. Наука имеет свою собственную логику развития, и интернациональна по своей природе. Научные контакты и связи между учеными не определяются границами государств.

Российская наука организационно разделяется на пять секторов: академическая наука, вузовская наука, отраслевая наука, заводская наука, вневедомственная наука. Научные организации подразделяются на научно-исследовательские организации, научные подразделения образовательных учреждений высшего профессионального образования, опытно-конструкторские, проектно-конструкторские, проектно-технологические и иные организации, осуществляющие научную и научно-техническую деятельность [6]. Каждый сектор науки имеет свои специфические организационные, методологические и другие особенности, а также свое специфическое место в общей системе научно-технического потенциала страны. Все это должно найти свое адекватное отражение в структуре математической модели научной сферы.

Авторам представляется, что наиболее рационально при создании математической модели научной сферы оттолкнуться от существующего мощного комплекса математических моделей сферы экономики, таких, как модели макроэкономической динамики, межотраслевого баланса, классическая модель рыночной экономики [7], вводя в уравнения дополнительные факторы, характеризующие влияние научной составляющей.

Известно, что экономика развивается циклически, в ней, как и в политике, возможны кризисы и спады [8]. В отличие от этого научный прогресс

носит только поступательный характер [9]. Жизненный цикл продукта научного предприятия, каковым является новое знание, имеет свои специфические особенности.

Эти важные аспекты научной сферы деятельности должны быть учтены при разработке математической модели предприятия научной сферы.

Литература.

1.Бабкин В.И. От ликвидации науки – до ликвидации страны? Сборник статей эксперта Госдумы. – М.: Алгоритм, 2014.

Глушков В.М. Гносеологическая природа информационного моделирования // Вопросы философии. 1963. № 10.

2.Блауберг И.В., Юдин Э.Г. Становление и сущность системного подхода. М., 1973.

3.Саати Т.Л., Кернс К.К. Аналитическое планирование: организация систем. М., 1991.

4.Bloomfield, Lincoln P. Managing international conflict: from theory to policy: a teaching tool using CASCON. N.Y., 1997.

5.Глухов В.В., Коробко С.Б., Маринина Т.В. Экономика знаний — СПб.: Питер. — 528 с: ил. — (Серия «Учебное пособие»), 2003

6.Громенко В.В. Математическая экономика: - М.: МЭСИ, 2004. - 100 с.

7.Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Экономика. М: 2002.

8.Степин В., Розов М., Горохов В. Философия науки и техники. М.: Изд-во: Гардарики, 1999.

Мартынюк А.А., Иванова Т.Б.

Состояние мировой сталелитейной отрасли в 2013 году

РУДН (г. Москва)

Производство стали, также как и добыча железной руды и каменного угля, являющиеся сырьем для сталелитейной отрасли, исторически были подвержены цикличности, находясь в существенной зависимости от макроэкономических условий. В частности, это в большой степени связано с циклами в автомобильной, строительной, машиностроительной и транспортной отраслях – ведущими потребителями стали. После периода постоянного роста в 2004-2008 годах, резкое падение спроса на сталь в результате экономического кризиса показало чувствительность стального рынка к волатильности в мировой экономике.

В 2013 году мировая сталелитейная отрасль ознаменовалась ростом, вызванным инфраструктурным строительством и восстановлении строительной отрасли в целом. Несмотря на незначительное замедление спроса на сталь в четвертом квартале, за весь 2013 год спрос в Китае вырос на 6,9%, что в большей степени повлияло на увеличения мирового спроса на 3,5% (исключая Китай, мировой спрос вырос на 0,7%). Незначительное замедление было вызвано недостаточным финансированием, негативно

повлиявшим на способность трейдеров сохранять уровень запасов, а также ограничение уровня производства в связи с отрицательным влиянием на окружающую среду. В США и Евросоюзе (EU 28) потребление стали в первой половине 2013 года снизилось более чем на 5% по сравнению с первым полугодием 2012 года. Отличие заключается лишь в том, что за 2012 год спрос в Европе ознаменовался существенным падением на 9,5%, а в США – ростом на 7,5%. Однако во второй половине 2013 года и в США, и в Европе рост потребления восстановился. Данное восстановление связано с пополнением запасов стали.

Производство стали достигло своей нижней точки в 2009 году, составив 1,2 млрд. тонн (график 1). В 2013 году производство достигло 1,62 млрд. тонн, движимое в основном ростом производства в Китае, который установил очередной рекорд: 786 млн. тонн (что составило 7,5% роста по сравнению с 2012 годом). Главными причинами данного роста стали усиление строительной отрасли и увеличение экспорта на 11,7 %. Таким образом, Китаю удалось

увеличить удельную долю производства стали в мире до 48,6%. В свою очередь, производство в остальных странах выросло на 0,1%, составив 830 млн. тонн, что на 28 млн. тонн ниже, чем производство стали в этих странах в 2007 году. Однако и при исключении Китая, рост был обеспечен в основном за счет азиатских стран: рост в Японии составил 3,3% (111 млн. тонн), рост в Индии составил рекордные 2,4% (79 млн. тонн). Африканские страны достигли увеличения производства на 4,6% (16 млн. тонн в 2013 году). Падение производства было зафиксировано в Европейском Союзе (-1,7%), Южной Америке (-0,8%), Южной Корее (-4,4%), США (-2%) и странах СНГ (-1,8%). В действительности по сравнению с 2007 годом рост производства показали только Ближний Восток (60,2%) и Азия без Китая (12,8%). За тот же период страны, входящие в «Североамериканское соглашение о свободной торговле» (NAFTA) показали падение на 10,2%, Европейский Союз – на 21,1%, СНГ – на 12,3% и Африка – на 14,1%.

Таким образом, из вышесказанного можно сделать следующие *выводы*:

глобальный спрос на сталь, как и ее производство, постепенно восстанавливаются после кризиса 2008-2009 гг., однако основное восстановление, а зачастую и значительный рост, происходят в азиатских странах; Китай не только способен удовлетворить потребности внутреннего рынка, но и значительно наращивает экспорт стали в другие страны; на фоне восстановления мировой экономики, можно ожидать дальнейшего роста сталелитейной отрасли в 2014 году.

Литература:

1.Годовой отчет «АрселорМиттал» 2013г. // [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.arcelormittal.com

2.Годовой отчет «Всемирной ассоциации производителей стали» 2013г. // [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.worldsteel.org

Линькова Н. В., Меркушева А.А.

**Инновационный потенциал вуза как основа инновационного развития
экономики региона**

ПНИПУ (г. Пермь)

В современном мире трудно представить успешное развитие какой-либо отрасли без использования инноваций и инновационных технологий. Инновационной отечественной экономике требуются специалисты с качественно иными компетенциями. Практика показывает, что отечественная система высшего профессионального образования в своем функционировании и развитии по-прежнему в значительной степени инерционна и слабо ориентирована на удовлетворение структурно и качественно меняющихся потребностей национального, и регионального образовательного пространства.

В частности, для России интеллектуальный капитал является отправной точкой для создания устойчивого базиса модернизации экономики страны, повышения эффективности ее функционирования и формирования региональных инновационных центров с целью трансфера технологий и знаний. [1] Решение федеральных - общероссийских проблем, так или иначе зависит от удовлетворения локальных - региональных потребностей. Коммерциализация и практическое применение новых разработок непосредственно связан с представителями вузовской, академической и ведомственной науки. Высшее профессиональное является единственной сферой, которая создаёт главный ресурс, составляющий производительные силы общества – специалистов с высокой квалификацией для различных отраслей производства. В частном случае: от обеспечения местного рынка труда необходимым количеством высококвалифицированных кадров определённых специальностей с развитым инновационным потенциалом.

На рисунке 1 представлен механизм воспроизводства инновационно - активных кадров, разработанный исследователем Латуха Ольгой Александровной.[2]



Рис. 1. Механизм воспроизводства иновационно-активных кадров

На наш взгляд производство иновационно активных кадров возможно лишь при наличии собственного иновационного потенциала имеющихся ресурсов и внутренней деятельности ВУЗа. Виды иновационной деятельности вуза, можно сгруппировать в три направления: во-первых, деятельность по созданию иноваций, как фактор развития иновационной деятельности вуза, во-вторых, обучение иновационной деятельности, как фактор производства иновационных кадров, и, в-третьих, образовательная деятельность, как фактор развития и поддержки иноваций.

Важным для становления иновационной системы Вузов в регионе, по нашему мнению, является:

- оценка потенциальных возможностей ВУЗа, реально производимых результатов и готовности к иновационным преобразованиям, развитие партнерских взаимодействий с государственными и частными организациями, приобщение их к процессу обучения;

- ориентация на конкретные текущие и особенно перспективные потребности региональных экономических структур и, следовательно, обеспечение согласованности спроса и предложения на рынке услуг высшего образования;[3]

- оценка качества выпускаемых специалистов, регулярность мониторинговых исследований основных организаций-потребителей;

- прозрачность системы управления и гибкость бюрократического аппарата.

Нами предлагается, что иновационный вклад каждого Вуза возможно оценить по предварительному анализу качественных и количественных показателей деятельности в каждом из описанных направлений. Важным для становления иновационной экономики региона является оценка удо-

влетворённости работодателями качеством выпускников, их квалификацией, готовностью привносить и отстаивать новые подходы в профессиональной деятельности. Результатом подобного диалога социальных институтов может являться скорректированная программа обучения с учётом интересов отраслей производства. В частности, с учётом потребностей основных предприятий – работодателей, в определённых знаниях и приобретённых качествах, умениях и навыках. [4] Таким образом, для определения вектора инновационного развития региона, важно произвести оценку инновационного потенциала имеющихся Вузов, необходимо исходить из трёх принципиально важных компонентов:

- 1) Оценка ресурсов ВУЗа и его внутренней деятельности;
- 2) Оценка качества выпускаемых специалистов и взаимодействие с предприятиями региона;
- 3) Степень взаимодействия с органами власти, обеспечение региона необходимыми кадрами.

На современном этапе для повышения эффективности экономики необходимы качественные изменения в системе управления внутренним потенциалом вузов: знания, творчество, интеллектуальный потенциал. Предполагаемая комплексная информация позволит выявить несоответствия потребностей производимых и требующихся кадров, их «качества» и количества относительно потребностей в крае.[5] Данная информация может быть оформлена в общий рейтинг Вузов и использоваться как работодателями, так и абитуриентами. Кроме того, подобная стратегическая информация, способствовала бы возникновению «здоровой» конкуренции между учебными заведениями в плане завоевания перспективных сегментов рынка, повышению качества образовательных услуг, от чего выигравало бы общество в целом, что обеспечило бы социальный эффект маркетинга образовательных услуг.

Литература:

1. Интеграция науки, образования и производства – стратегия развития инновационной экономики. Пленарные доклады I Международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 25–26 января 2011 г.). Режим доступа: http://science.usue.ru/attachments/276_plenar.pdf
2. Латуха О.А. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук: «Комплексная оценка инновационной деятельности ВУЗа: теоретические и методические аспекты»; Режим доступа: <http://dissers.ru/1raznoe/1/2300-1-latuha-olga-aleksandrovna-kompleksnaya-ocenka-innovacionnoy-deyatelnosti-vuza-teoretichesk.php>
3. Цыбулина Д.Н. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук: «Институциональная интеграция как инструмент развития сферы образовательных услуг»; Режим доступа: <http://economy-lib.com/institutsionalnaya-integratsiya-kak-instrument-razvitiya-sfery-obrazovatelnyh-uslug>

4. Васильева Е.Ю., «Удовлетворенность работодателей качеством принимаемых выпускников вузов в высокотехнологичном сегменте рынка профессионального труда РФ»/ Васильева Е.Ю.//Университетское управление.- 2010. № 4.

5. Теребова С.В., Вячеславов А.М. тенденции развития научно-инновационной деятельности в ВУЗах региона. Режим досту-

па:<http://pdt.vsmc.ac.ru/file.php?module=Articles&action=view&file=article&aid=2180>

Линькова Н. В., Меркушева А.А.

Инновационный потенциал предприятия: подходы к определению и формирование системы показателей

ПНИПУ (г. Пермь)

В сегодняшней экономической ситуации инновационная активность, раскрытие инновационного потенциала организаций, находящихся в конкурентной борьбе за потребителя, становятся решающими составляющими стратегий устойчивого развития экономических систем. Инновационный потенциал стал главным условием конкурентоспособности российских организаций на рынках. Поэтому, компании, которые занимают успешное положение в конкурентной борьбе, должны уделять большое внимание изучению, формированию и развитию своего инновационного потенциала. Хотелось бы отметить, что почти в каждой работе, посвящённой инновационному потенциалу, затронута его оценка, из чего можно сделать вывод, что она является наиболее базовым направлением для исследования, на ней основываются другие. В настоящее время не существует единого мнения по поводу определения таких категорий, как «инновация», «инновационная деятельность», «инновационный потенциал».[3] Как следствие, в каждой работе перед исследователем стоит первостепенная задача для всех работ, которые затрагивают инновационный потенциал: «создать и уточнить понятийный аппарат предметной (изучаемой) области исследования и определить сущностных факторов и показателей инновационного потенциала», то есть каждый должен дать своё, авторское понятие инновационного потенциала. Важно отметить, что каждый автор работает с определённым подходом.

Отметим наиболее интересные подходы:

-Ресурсный. Можно сказать, что такой подход раскрывает инновационный потенциал через совокупность подходов. [1]

- Результативный. Рассматривает инновационный потенциал как анализ «выхода» инновационной деятельности.

-Системный подход. В данном случае инновационный потенциал рассматривается как экономическая категория, которой присущи системные свойства: динамизм, эмерджентность, структурность, иерархичность, устойчивость, целевой характер. Инновационный потенциал экономиче-

ских систем рассматривается, как система взаимосвязанных ресурсов, которая определяет под влиянием внутренних и внешних факторов возможности реализации инновационной деятельности субъектом экономической деятельности. [2]

На наш взгляд, для объективного взгляда на инновационный потенциал использовать один подход недостаточно. Возможно, оптимальным было бы совмещение ресурсного и результативного подходов. Ведь ресурсы – это важная составляющая, без которой не будет ни формирования инновационного потенциала, ни его развития. И результат в данном вопросе не менее важен, ведь инновационный потенциал должен быть направлен на решение конкретных задач предприятия, на повышение его конкурентоспособности.

Тогда, определение могло бы выглядеть так: *инновационный потенциал – это сумма имеющихся у предприятия ресурсов, которые могут быть направлены на разработку и внедрение инноваций, что должно решить конкретную задачу предприятия, и обеспечить хорошую конкурентоспособность.*

Далее, хотелось бы отметить, что многие исследователи замечают, что система показателей инновационного потенциала, которая могла бы быть использована как основа для его оценки, или даже для исследования какого-либо другого аспекта (например, регулирование или управление) не разработана. [4]

После рассмотрения подходов к определению инновационного потенциала, будет логично провести примеры самих показателей. Хотелось бы отметить, что чаще всего используются именно обобщённые показатели инновационного предприятия. [5] Как правило, показатели делят на 6-7 групп. Для удобства восприятия, оформим их в таблицу:

Таблица 1

Обобщённые группы показателей	Показатели (примеры)
Кадровые показатели	Количество и квалификация специалистов; Количество и качество подготовки специалистов;
Информационные показатели	Возможности и качество распространения информации; Удовлетворенность специалистов информацией;
Результирующие показатели	Удельный вес прибыли, от новшеств, в общей прибыли предприятия; Доля рынка, занимаемая нововведениями предприятия, по аналогичным видам продукции

Материально-технические показатели	Расходы на научные, научно-технические исследования; Доля автоматического и полуавтоматического оборудования
Показатели обновляемости продукции	Вес новой продукции в общем объеме реализованной продукции; Вес усовершенствованной продукции в общем объеме реализованной продукции;
Показатели продолжительности создания и внедрения нововведений	Средняя продолжительность внедрения новшеств

Подводя итог, можно отметить, что проблема выявления и определения сущности инновационного потенциала, является сложной, многоаспектной и нуждается в дальнейшем изучении. В заключение можно сказать, что создание необходимых условий для обеспечения конкурентоспособности российских предприятий, является одним из главных направлений развития новых экономических отношений в России. А залогом этого является инновационный потенциал.

Литература:

1. Круглов Андрей Викторович. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук «Субъектно-ориентированный механизм обеспечения оценки инновационного потенциала промышленных предприятий»; Режим доступа: http://miet.ru/upload/content/rnd/da/d05/2011/30a_05_2011.pdf
2. Горбенко Анна Владимировна. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук «Развитие методов анализа и оценки инновационного потенциала предприятий» Режим доступа: <http://www.referun.com/n/razvitie-metodov-analiza-i-otsenki-innovatsionnogo-potentsiala-predpriyatiy>
3. В.О. Мосейко, С.А. Князев. Определение инновационного потенциала предприятия на основе факторного подхода // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология -2008-№2
4. Абрамов В. И. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук «Методология оценки инновационного потенциала». Режим доступа: <http://economy-lib.com/metodologiya-otsenki-innovatsionnogo-potentsiala>
5. Г.Е. Баженов, О.А. Кислицына. Инновационный потенциал предприятия: экономический аспект // Вестник Томского государственного университета- 2009 - №323

**Практические аспекты использования инвестиционного потенциала
на рынке деловой недвижимости Санкт-Петербурга**

СПбГЭУ (г. Санкт-Петербург)

Одна из целей политики городов сегодня – создание условий для привлечения инвестиций в те виды деятельности, на основе которых возможен рост собственной экономики и потенциала города.

Санкт-Петербург сегодня – один из наиболее привлекательных для инвестиций городов России. Здесь созданы максимально комфортные условия для инвестирования в развитие различных отраслей городской экономики. Инвестиционный потенциал Санкт-Петербурга – стратегический ресурс города, от которого во многом зависят темпы его развития. Этим объясняется активная позиция города в формировании открытой информационной среды и продвижении города на глобальном инвестиционном рынке.

По прогнозам, к 2015 году регион способен выйти на 2-е место в России по прямым иностранным инвестициям, и на 3-е место по объему инвестиций в основной капитал. По информации Комитета экономического развития, промышленной политики и торговли, пока Санкт-Петербург занимает 4-е место по прямым инвестициям и 9-е – по объему инвестиций, что объясняется снижением темпов роста инвестиций в капитальное строительство. [1]

Санкт-Петербург в своем развитии движется в русле общемировых тенденций. С начала 21в. новым направлением в сфере градостроительства становятся объекты с оригинальными архитектурными и инженерными решениями. Сегодня в городе активно создаются новые проекты в сфере деловой недвижимости.

Апраксин двор, расположенный в центральной части Санкт-Петербурга, – один из крупнейших исторических торговых центров города. Архитектурный комплекс из 57 корпусов занимает территорию 14га. Предполагается, что в зданиях, прилегающих к набережной реки Фонтанки, будут размещены культурные объекты, апартаменты и отели. В глубине комплекса появятся офисные площади, а корпуса, расположенные на Садовой улице, сохранят функцию торговой зоны. Всего реконструкции будет подвергнуто около 170тыс. кв.м. площадей. Проект реконструкции Апраксина двора – показательный пример тенденции развития исторического центра города.

Целью проекта «Новая Голландия» является редевелопмент индустриальной торговой зоны в историческом центре Санкт-Петербурга. Территория площадью 8га с самого основания была закрыта для посещения публики в течение трехсот лет. Инвестиционный проект должен приспособить

собрать архитектурные объекты к современному использованию. В сохраненных зданиях появятся зимние сады, расположатся рестораны с оранжереями на крышах, выставочные залы и офисные площади. Вокруг зданий появятся общественный парк и скверы, чей ландшафт превратит остров в открытый летний амфитеатр и площадку для концертов летом и в каток – зимой. Реконструкция Новой Голландии в центре города – пример развития исторического центра не только с коммерческой, но и с социокультурной точки зрения.

«Лахта-центр» – масштабный проект по созданию современного делового квартала на северо-западе Санкт-Петербурга. Общественно-деловой район будет построен в дельте реки Невы, в 9 км от исторического центра Санкт-Петербурга. Архитектурным центром нового района станет первый небоскреб в городе: штаб-квартира компании «Газпром нефть». Строительство общественно-делового комплекса «Лахта-центр» планируется закончить к весне 2018 г. Реализация проекта позволит создать в городе новую точку роста деловой активности и разгрузить исторический центр. Также проект даст городу возможность успешно конкурировать с другими мегаполисами мира за финансовые и интеллектуальные ресурсы. [2]

Строительство многофункционального комплекса «Аэропорт-Сити» ведется в транспортной доступности от нового терминала аэропорта «Пулково-3». Согласно концепции инвестора главным достоинством новой деловой зоны является максимальный комфорт для бизнеса. В новой деловой зоне будут возведены три офисных здания класса «А» общей площадью 37500 кв.м., отель на 294 номера, управляемый сетевым оператором Inter Continental Hotels Group, фитнес-центр, два ресторана, паркинг, а также торговые зоны.

Планировка этажей бизнес-центра будет выполнена таким образом, чтобы позволить реализовать любую концепцию организации офисного пространства – от open-space до кабинетной системы. Большая площадь перед бизнес-центрами, наличие просторных конференц-залов и отеля позволит организовывать на территории МФК масштабные мероприятия, например выставки строительной техники и автомобилей.

Два основных тренда, которые будут определять тенденции развития деловой недвижимости в крупных мегаполисах, а также на отдельных городских территориях, – это новая деловая культура и изменение жизненных ценностей современных поколений, которые требуют модернизировать городскую среду.

В свою очередь новые сектора городской экономики генерируют спрос на специфическую деловую недвижимость в центральных и исторических районах. Концепция нового урбанизма, разделяемая сейчас большинством градостроителей, предполагает необходимость смешанного использования территории и ухода от традиционного функционального зо-

нирования. Эта идея очень созвучна сохранившимся историческим центрам большинства городов Европы, поскольку именно там веками компактно сосуществовали рабочие места, жилье, улица служила местом для общения. Стоимость земли и недвижимости, как жилой, так и коммерческой, в центре города становится максимальной, различные компании и субъекты конкурируют за то, чтобы разместиться в центре, и это есть источник нескончаемого процесса его обновления.

Первый вопрос, на который пока нет однозначного ответа: сколько и какой деловой недвижимости понадобится городу в перспективе на 10-15 лет. Этот вопрос связан со стратегическим самоопределением Санкт-Петербурга, видением роли города в глобальной и российской экономике. Будет ли по-прежнему расти число офисов крупных федеральных или зарубежных компаний, либо спрос на деловую недвижимость все больше будут проявлять местные компании или кластеры?

Второй вопрос связан с тем, насколько деловая активность будет захватывать центр или будет постепенно перемещаться на периферию. Со времени образования рынка городской земли и недвижимости в начале 1990-х годов и до конца 2000-х Санкт-Петербург прошел уже как минимум два этапа развития деловой инфраструктуры в центре. В этот период именно центр города был наиболее привлекательным местом для расположения деловых объектов. Причем освоение пространства под деловую недвижимость шло экстенсивно. По мере роста третичного сектора в городской экономике шло постепенное вытеснение из центра других функций – производственной и логистической. На первом этапе офисы размещались в уже построенных, но пустующих объектах (большая часть заводов еще дореволюционной постройки и небольшие производственные помещения, административные здания, складские территории). На втором этапе наступила необходимость нового строительства: под офисы класса «А» осваивались небольшие территории в самом историческом ядре – «золотом треугольнике», новые офисные и торговые центры среднего уровня появились в местах с хорошей транспортной доступностью, как правило, у метро. Но, когда потенциал большинства участков был освоен, а прогнозы роста деловой активности в городе были все еще весьма позитивны, в среде градостроителей встал вопрос о модели и способах управления развитием городского сектора деловой недвижимости.

Можно привести две достаточно условные модели формирования зон деловой недвижимости в последние десятилетия: «европейская» модель, с вынесением деловой активности подальше от исторического ядра, разделением функций и типов недвижимости (Дефанс в Париже, районы выставочных центров во многих городах – Милане, шведском Мальме и др.) и «Американская» модель: в самом центре города располагается деловый центр с обилием небоскребов и собственной деловой инфраструктурой. По

ряду причин для Санкт-Петербурга применима скорее первая модель: мы исторически идем по этому пути, да и центр города не позволяет разместить масштабный деловой квартал, есть как территориальные, так и инфраструктурные барьеры. Идея строительства компактного делового района за пределами исторического центра не нова, более того, за последние 10 лет было представлено несколько концепций его формирования на различных территориях. Последний – «Лахта-центр» – который находится фактически на окраине города.

Правда, вряд ли можно рассчитывать, что в пределах этих деловых зон будут располагаться большое количество компаний из так называемых креативных секторов. Для них необходимо выделить другие пространства – лучше в пределах исторического ядра.

Третий и самый главный вопрос, который возникает при обсуждении будущего деловой недвижимости в центральных районах Санкт-Петербурга: должен ли центр города быть местом, где не только удобно работать, но и удобно жить и проводить все время? Положительный ответ на этот вопрос означает необходимость обеспечения доступности и плотности услуг, социальной безопасности, разнообразия функций для всех возрастных и имущественных групп, то есть демократичности и современного вида центра Санкт-Петербурга. Перспективы появления новых зданий или реконструкции старых вызывают споры о том, как новый объект будет сочетаться с уже сложившейся архитектурой. С архитектурной точки зрения более верным представляется строительство новых деловых зон за пределами исторического центра (до 80% офисов открывается в новых деловых зонах, располагающихся в спальных районах города). [3]

Однако для эффективного развития новых деловых зон за пределами исторического центра Санкт-Петербурга администрации города предстоит решить ряд задач, которые сделают новые территории более привлекательными для инвесторов. Это может быть создание специального налогового режима для инвесторов в офисных зонах, аналогичного действующему в Москве - Сити, качественное улучшение транспортной инфраструктуры, стимулирование вывода предприятий, а также снятие ограничений на высотную застройку за пределами центральной общественно-деловой зоны.

Комплексное развитие имиджа Санкт-Петербурга должно быть направлено на укрепление его международного и общероссийского значения, развитие репутации, как центра концентрации и притяжения инноваций и инвестиций, привлекательной туристической, культурной и образовательной сферы; повышение конкурентоспособности отраслей Санкт-Петербурга на внешних рынках. На сегодняшний день в Санкт-Петербурге активно развивается множество механизмов, позволяющих инвесторам

эффективно и безопасно вкладывать свои средства в развитие города, чему способствует целенаправленная политика Правительства города.

Литература:

1. Информационно-аналитический ресурс о ключевых показателях инвестиционной привлекательности Санкт-Петербурга – [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://st-peterburg.ru>

2. «Новые центры деловой активности», журнал «Гид по инвестициям» № 10, 2011, с. 28-29

3. <http://www.kgainfo.spb.ru> – Комитет по градостроительству и архитектуре

Панина В.З.

Неоклассические трансформации в маркетинге

ФГБОУ ВПО «КНИТУ» (г.Казань)

В настоящее время главным трендом в мировом маркетинге является отход от классических инструментов рекламы и появление новых, оригинальных инструментов рекламного маркетинга. Образование новых инструментов происходит из-за смещения акцентов: от изучения потребительского спроса, нужд и потребностей потенциальных покупателей и удовлетворения их всеми возможными и невозможными способами; к изучению психологии, психики, висцеральных реакций потребителя и развитию коммуникативных сетей, самостоятельно распространяющих основную маркетинговую информацию.

Не секрет, что традиционные ATL- и BTL-технологии теряют эффективность. Объемы рекламы растут. На центральных телеканалах реклама сегодня занимает уже 25-35 % вечернего эфира. На 1000 метров столичных автодорог приходится до 60 билбордов. До 70 % площадей в глянцевых журналах занимает реклама.

Как следствие, постоянно растет стоимость размещения рекламных модулей. В целом, с 2001 по 2006 год рост тарифов в различных СМИ составил от 40 до 75 %. Государство регулярно вводит все новые и новые ограничения, меняет и ужесточает правила закона «О рекламе», но в результате этих запретов лишь возрастает поток «скрытой» рекламы, хотя теперь она «прячется» под видом «зонтичных» брендов, принимает форму спонсоринга, продакт-плейсмента, PR и т.д. Традиционная реклама год от года теряет свою эффективность. По статистике, каждый горожанин, в среднем, видит в день 2600 рекламных сообщений. Но достигает цели всего лишь 1/27. [2]

В отличие от традиционной рекламы, провокационный маркетинг не призывает открыто купить продукт, а действует скрыто. Техника вирусного маркетинга опирается на желание людей делиться информацией, в результате чего маркетинговое сообщение, подобно вирусу, передается от

одного человека к другому, используя механизм распространения инфекционного заболевания.

Термин «вирусный маркетинг» впервые употребил в 1996 году профессор Гарвардской Школы Бизнеса Джеффри Рэйпорт в своей статье *The Virus of marketing* («Вирус в маркетинге»). В ней он вывел шесть правил создания и развития вирусного маркетинга, заложив тем самым основы нового направления.

Рэйпорт предсказал, что это новшество вскоре получит широкое распространение.

Существенный вклад в популяризацию и развитие вирусного маркетинга сделала определённая категория офисных сотрудников, которые также известны как «офисный планктон». Категория офисных служащих мелкого звена, у которых на протяжении рабочего дня обязательно найдется время на обмен занятой или забавной информацией друг с другом, стали приоритетной целевой аудиторией для вирусных маркетологов.

Особенно, если учесть, что данные потребители вирусной рекламы еще и довольно платежеспособная аудитория, то это послужило весомой причиной для внедрения этого вида рекламы в интернет-сообщество.[6]

Как и всякий вид маркетинговой коммуникации, вирусный маркетинг имеет свои достоинства и недостатки, которые необходимо учитывать при работе с ним. К достоинствам можно отнести:

1. Минимальные затраты.

2. Информация передается из «доверительного» источника, а не навязывается массовой рекламой.

Недостатками является следующее:

1. Сложно организовать контроль.

2. Информация часто сильно искажается.

Самый популярный вид вирусного маркетинга на сегодняшний день - это провокационный маркетинг.

Провокационный маркетинг – спорный объект для изучения. В провокационном маркетинге нет и не может быть стандартных механик. Но, с определенной долей условности, можно говорить о приемах провокационного маркетинга:

SexVertising - использование «точек интереса» полов в качестве рекламоносителей, или провокационное шоу, построенное на эксплуатации сексуальных мотивов.

City teaser - технология «городских провокаций». Строится по схеме «teaser-revelation»: Teaser - провокационный этап, во время которого бренд неизвестен широкой аудитории. Люди становятся свидетелями необычных событий, но не понимают их истинного значения. Revelation - следующий этап кампании, с наступлением которого раскрывается смысл «странных событий» в городе.

WOM technology - технология «вирусной» утечки информации. Становясь свидетелями удивительных, необъяснимых событий, люди рассказывают о них друзьям, родственникам, знакомым; фото и видео материалы стихийно распространяются в Интернет.

Scandal strategy - технология продвижения бренда, основанная на скандале, шоковом воздействии. [7]

В настоящее время провокационные акции получают все большее распространение, но специалисты предсказывают такому маркетингу ещё большую востребованность. По крайней мере, элементы провокации все чаще вводят в рекламные кампании. По различным данным, на нестандартные рекламные акции уже сегодня приходится от 60 до 150 млн. долл. в год.

Эти цифры чётко показывают, что вирусный маркетинг быстро прокладывает себе дорогу.

Провокационный маркетинг практически не имеет границ для применения. Цели у большинства компаний одинаковы: 85 % стремится увеличить продажи, остальные рассчитывают изменить свой имидж.

Нестандартное решение особенно к месту приходится в двух случаях: когда бренд требуется сделать более узнаваемым или когда нужно с эффектом вывести на рынок новую марку. Главное, чтобы владелец бизнеса внутренне был готов к неординарным формам рекламы продукта.

В провокационном маркетинге важна интрига – привлекаем внимание потребителей, держим зрителей в напряжении и, когда любопытство хлынет через край, раскрываем карты. И все же связь товара и акции должна быть достаточно сильной, иначе, помня акцию, рекламируемый продукт забудут.

Важно отметить, что в большинстве рекламных кампаний провокационный маркетинг не может и не должен полностью заменять, вытеснять стандартные инструменты рекламы. Образно говоря, провокационный маркетинг - это как десант спецназа на вражеской территории - он действует в тылах противника, наносит точечные удары. Но это еще не полная победа, ведь действия спецназа должна своевременно поддерживать основная армия.

После "вылазки" провокационного маркетинга подключается наружная реклама, начинаются стандартные BTL-акции, вступают рекламные ролики или вообще - стартует комплексная TTL-кампания. Главное, что условия для масштабной атаки уже подготовлены провокационным маркетингом.[4]

Риски провокационного маркетинга:

В провокационном маркетинге трудно предугадать конечный результат, если над рекламной кампанией работают непрофессионалы. Люби-

тельский подход в провокационном маркетинге ставит под удар не только рекламную кампанию, но и имидж компании-рекламодателя.

Провокационный маркетинг эффективен лишь в том случае, если он уникален, если люди до этого не сталкивались с чем-то похожим. В природе провокационного маркетинга заложена внезапность и новизна. Повторная провокация - уже не провокация.[5] Именно поэтому мероприятия провокационного маркетинга называют одноразовыми.

Литература

1.Бернд Шмитт, Дэвид Роджерс, Карен Вроцос. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений; Издательский дом “Вильямс”, - 2005 / [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://books.tr200.ru/v.php?id=244513>

2.Брыкалова М. Креатив не может повторяться. «Провокационный маркетинг» на пике популярности / [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://old.journalist-virt.ru/mag.php?s=200711521>

3.Займен Сержио. Конец маркетинга, каким мы его знаем / [Электронный ресурс] / Режим доступа http://www.koob.ru/zyman_serjio/konec_marketinga

4.Статья с вебсайта агентства вирусного маркетинга и рекламы “Affect Moscow”. Провокационный маркетинг/[Электронный ресурс] / Режим доступа <http://www.affect.ru/articles/article/show/136.htm>

5.Статья с вебсайта агентства “Хорошие Идеи”. Провокационный маркетинг / [Электронный ресурс] / Режим доступа http://www.g-i.su/blog/post_1210677264.html

6.Статья с вебсайта E-xecutive «Вирусный маркетинг» / [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php>

7.Юний Давыдов. Провокационный маркетинг/ [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://www.glossostav.ru/word/2211/>

Потворов А.И.

Критерии анализа эффективности работы школ на примере Брянской области

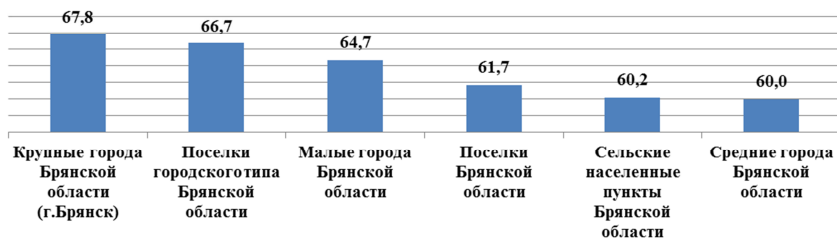
БГСХА (г. Брянск)

Сегодня одним из главных показателей работы школы является качество знаний, которые показывает учреждение по результатам ЕГЭ и ГИА. Именно по ним составляются соответствующие рейтинги. Для органов управления образованием, общественного мнения, это основные сигналы о состоянии школы. В такой ситуации верная интерпретация результатов имеет особую важность. Можно ли по ним судить о качестве работы школы, сравнивать с другими образовательными учреждениями и выносить справедливые суждения? Зарубежный опыт подсказывает, что нет.

В течение ряда лет в зарубежных системах образования качество обучения оценивается с учетом внешних, не зависящих от школы, факторов, влияющих на результаты учащихся. К внешним факторам относятся, прежде всего, социально-экономические характеристики школы и ее окружения и особенности контингента. Использование социально-

экономических показателей позволяет идентифицировать школы, в которых концентрируются учащиеся, с неблагополучным семейным бэкграундом.

Средний балл участников ЕГЭ по всем предметам различных видов и типов населённых пунктов Брянской области в 2013 году



В 2013 году в едином государственном экзамене в Брянской области приняли участие 8079 человек в 423 образовательных учреждениях, из них 374 - это средние общеобразовательные школы. В качестве индикаторов качественного и доступного образования был выбран средний балл ЕГЭ по всем предметам в образовательных учреждениях.

Для проверки гипотезы о том, что группы школ в Брянской области с различным индексом благополучия социальной среды различаются результатами ЕГЭ, были выбраны следующие показатели:

- доля семей, где оба родителя имеют высшее образование;
- доля семей, где работают оба родителя;
- доля полных семей;
- доля детей, состоящих на внутришкольном учете и учете КДН;
- доля семей, находящихся в социально опасном положении;
- доля семей, проживающих в благоустроенных квартирах.

Для исследования в качестве источника информации использовались социальные паспорта ряда школ Брянской области, достаточно полно представляющие данные, касающиеся учащихся и их семей.

По перечисленным категориям присваивалось значение от 0 до 10, соответственно от самых слабых показателей к лучшим. Далее присвоенные значения по всем показателям суммировались. Таким образом, была получена шкала от 0 до 60. Значения индекса в пределах от 0 до 20 приняли значение «социально неблагополучная среда», от 20 до 40 «социально нейтральная среда» и от 40 до 60 «социально благополучная среда».

Оказалось, что картина в сельских и городских школах получается разной. Все группы городских школ, выделенные на основании индекса социального благополучия, различаются по результатам теста ЕГЭ. Самые

высокие результаты продемонстрировали школы, имеющие значение индекса «социально благополучная среда». (72,5 балла по русскому языку и 60,3 балла по математике) Второй результат показали школы из «социально нейтральной среды» (67,6 балла по русскому языку 56,5 балла по математике). Самые низкие результаты были у школ из группы «социально неблагополучная среда».

В сельских школах дифференциация результатов по социально-экономическим основаниям выражена не так четко. Явно отделяется проблемный сегмент школ с низким уровнем социального благополучия. В данной группе результаты ниже, чем результаты школ из нейтральной или социально-благополучной среды.

Главный вопрос в том, как увидеть за теми или иными достижениями школы, например, баллами ЕГЭ, ее эффективность. Среднее значение результатов ЕГЭ среди сельских школ Брянской области составляет 60,2 балла. Значимым отличием от среднего значения в рамках исследования было принято считать отклонение от среднего результата на 5 и более баллов. Только 9 школ показали результат значительно выше среднего.

Аналогично определялись школы из неблагоприятной среды, демонстрирующие результаты ЕГЭ выше среднего значения по всем сельским школам. В данном случае 6 сельских школ из неблагополучной среды продемонстрировали результат ЕГЭ заметно выше среднего среди сельских школ. В результате 5 школ, входящих в группу благополучных, продемонстрировали результат ЕГЭ ниже среднего.

Аналогичный анализ был проведен для городских школ. Выявленная взаимосвязь между значением индекса социального благополучия и результатами ЕГЭ позволила выделить школы, которые при социально неблагоприятных условиях показывают высокие результаты (значительно выше среднего), и школы, которые, наоборот, в благоприятных условиях показывают низкие результаты.

Выбранный подход к оценке школьных результатов позволяет выделить эффективные школы, т.к. они обеспечивают высокие результаты, находясь в неблагополучных социальных условиях, и неэффективные школы, т.к. они не используют своих преимуществ, находясь в социально благоприятной ситуации.

Пустовалов С.В.

**Система управления кредитным риском при организации
потребительского кредитования по овердрафту**

ВГУ (г. Воронеж)

Система управления банковскими рисками – это совокупность приемов (способов и методов) работы персонала банка, позволяющих обеспечить положительный финансовый результат при наличии неопределенно-

сти в условиях деятельности, прогнозировать наступление рискового события и принимать меры к исключению или снижению его отрицательных последствий[1].

Кредитные операции коммерческих банков являются одним из важнейших видов банковской деятельности. На финансовом рынке кредитование сохраняет позицию наиболее доходной статьи активов кредитных организаций, хотя и наиболее рискованной. Кредитный риск, таким образом, был и остается основным видом банковского риска.

Вместе с восстановлением темпов роста и увеличением доли потребительского кредитования после банковского кризиса 2008 года, что отмечается многими экспертами[2,3], будет расти внимание банков к эффективным методам управления кредитным риском при организации данного вида кредитования. При этом принципиальным отличием потребительского кредитования по овердрафту является возобновляемая кредитная линия, которая позволяет заемщику совершить разовое обращение в банк для заполнения заявки на получение кредита, воспользоваться кредитом, погасить его и, по мере восстановления лимита, вновь им воспользоваться. Данная особенность является преимуществом этого кредитного продукта и для клиента и для банка по сравнению с классической разовой ссудой на приобретение товаров, когда клиент при необходимости вынужден повторно обращаться в банк.

Анализируя литературу, можно ознакомиться с большим количеством подходов по управлению кредитными рисками при организации потребительского кредитования. Здесь можно отметить два наиболее используемых подхода положительно зарекомендовавших себя в отечественной практике: метода скоринга – это метод классификации заемщиков на различные группы для оценки кредитного риска в основе которого лежит математическая или статистическая модель, использующая информацию о прошлых клиентах, и метод коллекторской работы[4] – метод обеспечения возврата выданных кредитов. Можно допустить, что указанных методов будет достаточно при выдаче разовой ссуды на приобретение товара – скорринг анализирует риск выдачи кредита, а коллекторская работа уже устраняет ошибки скорринговой системы. Ключевой задачей здесь становится настройка системы выдачи кредита. Вопрос в том, будет ли достаточно указанных методов при выдаче потребительского кредита в форме овердрафта?

Допустим, на момент выдачи кредита скорринговая система банка с большой точностью оценила финансовое состояние заемщика на высоком уровне. В процессе использования кредита заемщик также показал высокий уровень финансовой дисциплины. В случае разовой выдачи кредита такой заемщик выплатит задолженность, банк получит доход в виде процентов, а кредитный риск не реализуется. В случае же с кредитом по

овердрафту кредит может исправно погашаться, банк может получать доход, но кредитный риск может оставаться, так как задолженность может не уменьшаться при активном использовании восстановленного лимита. А так как данный вид кредитования нацелен на долгосрочные взаимоотношения между клиентом и банком, т.е. срок погашения задолженности четко не определен, то и кредитный риск постоянно сопровождает указанную форму кредита. Так же неоспоримым фактом является изменение финансового положения заемщика во времени, и чем продолжительнее этот промежуток, тем сильнее может измениться это состояние. Выдав кредит первоклассному заемщику, он по истечении времени может оказаться в числе дефолтных. Здесь мы и получаем ответ на наш вопрос: нет, указанных выше методов для минимизации кредитных рисков не достаточно.

При поиске эффективных методов управления рисками данного вида кредитования мы не обнаружили полной глубины разработанности данной проблемы. Прежде всего это связано, на наш взгляд, с принципиальной подвижностью (изменчивостью во времени) данной системы, что требует наличие своевременного поступления информации по данному виду кредита. Такая информация в оперативном режиме доступна только сотруднику банка. Это ставит серьезные препятствия для научной разработки и обсуждения данной проблематики.

Однако можно наметить определенные ориентиры, по которым можно двигаться в разработке методик управления кредитным риском. Здесь нам представляется целесообразным разделить кредитов по категориям:

- добросовестные заемщики - предпочтительно улучшать условия кредитования (увеличение кредитного лимита, уменьшение процентной ставки);

- клиенты не допускающие просрочки, но количество информации по которым не позволяет уменьшить кредитные риски;

- клиенты допускающие эпизодически просрочки на небольшие сроки – предпочтительно сворачивать программу кредитования (уменьшать лимит кредитования, увеличивать процентную ставку);

- клиенты, допускающие постоянно просрочку на длительный период (полное отключение лимита и прекращение кредитования после погашения задолженности).

Для формирования указанных категорий клиентов необходимо составить портрет добросовестного заемщика на основе имеющихся статистических данных. Здесь по аналогии с анализом кредитоспособности на основе денежного потока в поле зрения сотрудника банка попадает анализ операций проходящих по счету клиента и необходимость выделения черт присущих клиентам с низким кредитным риском: совершение операций за границей, в каких странах, больше наличных или безналичных расходов, погашает ли клиент задолженность минимальными платежами или вносит

больше необходимой суммы. Тем самым составляется подобие behavioral scoring – поведенческого скорринга[4]. Строго в описании закладывается частота и длительность просрочек. Разумно предположить, что составленная модель будет оформлена в виде скорринговой модели, через которую периодически будут проходить все действующие клиенты, тем самым банк будет получать актуальную информацию о кредитных рисках и тенденциях в их изменении.

Подводя итог, можно сказать, что проблема построения системы управления кредитным риском на сегодняшний день актуальна тем более, чем активнее развивается сектор потребительского кредитования. Еще сложнее будет стоять задача перед банками решившими осваивать кредитование по овердрафту. Однако перспективы освоения этого рынка обещают дать хорошие плоды, именно поэтому можно было заметить активное продвижение в данном направлении в послекризисный период как крупных, так и совсем мелких банков.

Литература:

- 1.Банковские риски: учебное пособие / кол. авторов; под ред. д-ра экон. Наук, проф. О.И. Лаврушина и д-ра экон. Наук, проф. Н.И. Валенцовой. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2008. – 232 с.
- 2.Васильева, А.С. Васильев, П.А. Особенности потребительского кредитования в России в современных условиях / А.С Васильева, П.А Васильев // Финансы и кредит. – 2011. – № 38 (470). – С. 27-38.
- 3.Волков, А.В. О потребительском кредитовании / А.В. Волков // Банковское дело. – 2013. – №12. – С. 13.
- 4.Гордина, В.В. Кредитный скорринг в системе банковского риск-менеджмента / В.В Гордина // Финансы и кредит. – 2011. – № 23 (455). – С. 47-52.

Редина Ю.Н.

Формирование региональной зоны валютного влияния рубля в условиях трансформации мировой валютной системы

СПбГЭУ (г.Санкт-Петербург)

Процессы трансформации МВС, обусловленные турбулентностью на мировых валютных и финансовых рынках, нелинейностью и неопределенностью развития, обостряют противоречия и неустойчивость ее развития в условиях сложившейся асимметричной структуры. Односторонние действия государств, давления и спекуляций со стороны доминирующей страны создают непредсказуемость развития, а существующая структура мировой валютной системы не способна эффективно ограничивать поддерживать стабильности и безопасности системы валютно-финансовых отношений. Будущая архитектура МВС становится мультиполярной. Намечающаяся тенденция валютной регионализации есть объективный тренд будущего многополярного порядка с доминированием нескольких региональных валютных зон и зон их влияния, который станет наиболее вероятным сценарием нового порядка МВС и отражает важный аспект- тенден-

цию перераспределение сил. Следовательно, актуальным становится исследование МВС с позиций новой для экономических исследований концепции- «мягкой силы» и «валютной силы» как ее измерения в качестве концептуально объясняющей идеи необходимости участия многих стран в вопросе формулирования правил и выработки структуры будущей МВС.

Принципиальное значение должно уделяться накоплению «валютной силы» государства и расширению зоны валютного влияния в интересах защиты внутреннего валютно-финансового суверенитета и принятия участия в мировом формулировании правил и порядка МВС для повышения устойчивости и безопасности МВС.

Главный вопрос, который предстоит решать в будущем- уровень баланса сил ключевых валют в процессе согласования наднациональных целей поддержания устойчивости и стабильности МВС и национальных интересов по обеспечению собственной финансово-экономической безопасности.

Для преодоления структурных неустойчивостей современного порядка МВС необходимо отходить от «жестких» старых принципов силы, основанных на позициях гегемонии и принуждения, создавая ограничения для других элементов структуры.

С точки зрения защиты стратегических интересов России, повышение политического веса и вопросов национальной безопасности важно, чтобы, одним из таких полюсов силы стало евразийское пространство и формирование региональной зоны влияния российского рубля должно происходить на базе «мягких принципов» силы- привлекательности и добровольного следования за валютным лидером. Расширение зоны влияния российского рубля на евразийском пространстве на базе стратегии валютного лидерства укрепит валютно-финансовую безопасность региона, но и в перспективе позволит сформировать единый валютный союз в рамках ЕврАзЭС с возможностью вхождения других стран СНГ. Это позволит повысить не только устойчивость МВС как одного из полюсов валютной силы, но и перейти к рублю как мировой валюте. В условиях наблюдаемого роста силы РФ процесс трансформации МВС станет необратимым. Принципиальным для России является наращение собственных позиций в валютной сфере и включение в процесс принятия решений относительно будущей архитектуры МВС.

Литература:

1. International Monetary Power. Edited by David M. Andrews . Ithaca: Cornell University Press.-2006. -216 p.

2. Kirshner J. Currency and Coercion: The Political Economy of International Monetary Power. Princeton University Press. Princeton, NJ.-1997. -300 p.

3. Nye J. S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs.- 2004 .- 191 p.

Романенко Ю.Д.

**Пути государственного регулирования аграрного сектора РФ
в условиях ВТО**

МГАУ им. В.П. Горячкина (г. Москва)

На сегодняшний день в российской экономической науке продолжается дискуссия по ключевым вопросам требуемых объемов и направлений государственной поддержки аграрного сектора. Пока не выработано единых подходов к оценке эффективности государственной поддержки сельского хозяйства на региональном уровне, а существующие методики охватывают в основном отдельные аспекты данного вопроса и не являются комплексными. Все это обуславливает актуальность темы исследования.

В российской экономике, так же как и в экономике многих других стран, сельское хозяйство является одним из наиболее поддерживаемых государством секторов. В условиях ограниченности финансовых ресурсов и вступления России в ВТО, крайне важно оптимизировать государственную поддержку АПК для рационализации аграрной политики в стране, сокращения неэффективных бюджетных затрат, повышения прозрачности финансирования АПК.

Отказ от государственного регулирования и поддержки сельского хозяйства ведет к деградации отрасли и продовольственной зависимости государства, и только продуманная, взвешенная, отработанная политика государственного регулирования может поддерживать развитие сельского хозяйства на должном уровне [2].

Государственная поддержка АПК в развитых странах направлена не только на увеличение объемов производства, но и на обеспечение его стабильности, высокого качества продукции, смягчение негативных экологических и социальных последствий. Одним из элементов финансово-кредитного механизма аграрного сектора, поддерживающим доходы сельхозтоваропроизводителя и защищающим его от негативных последствий различных непредвиденных и случайных климатических, природных и других неблагоприятных случаев, является страхование [4].

Для развитых систем сельскохозяйственного страхования характерно государственно-частное партнерство, которое основано на государственных программах страхования и финансовой поддержке государства страхования. Такой вид партнерства получил всестороннее развитие.

Наиболее продвинуто государственно-частное партнерство страхования сельскохозяйственных рисков в странах Северной Америки и Западной Европы.

Основными страховыми программами сельскохозяйственного производства в США являются программа производства продукции (MPCI), программа страхования на случай снижения урожайности в определенном

округе (GRP), программа страхования доходов и программа защиты от катастрофических рисков.

Программа страхования сельскохозяйственного производства нацелена на страхование сельскохозяйственных культур от многочисленных рисков. Она распространяется на 76 сельскохозяйственных культур, обеспечивает государственные субсидии. Страхование производства сельскохозяйственной продукции включает защиту от убытков, вызванных неблагоприятными погодными условиями, вредителями и болезнями растений, низким качеством произведенной продукции; программа компенсирует затраты на пересев сельскохозяйственных культур [3].

В целом государственно-частное партнерство характеризуется значительной государственной финансовой поддержкой, многовариантными страховыми программами, правовым обеспечением и надлежащим контролем, что обеспечивают высокий уровень страховой защиты сельхозпроизводителей.

Государственно-частное партнерство сельскохозяйственного страхования в развитых странах сформировалось и отличается высокой эффективностью в отличие от России. Практика сельскохозяйственного страхования в России сводится к страхованию посевов, в частности, к страхованию урожая с финансовой поддержкой государства. Современная зарубежная практика сельскохозяйственного страхования ориентирована на страхование доходов сельских товаропроизводителей. По причине того, что финансовый результат сельского предприятия обусловлен многими факторами, в том числе рыночными, страховое гарантирование предпринимательского дохода сельского товаропроизводителя является более мощным экономическим механизмом развития сельскохозяйственного производства, в отличие от страхования лишь природно-естественных рисков, обеспечивающих успех сельского товаропроизводителя [3].

Общие условия существования сельскохозяйственных предприятий в России затруднены по причинам роста цен на электричество и топливо; высокого налогообложения предприятий АПК, не находящихся на льготном режиме – системе налогообложения в виде единого сельхозналога (ЕСХН); диспаритета цен на сельскохозяйственную продукцию при недостаточной поддержке государства (в несколько раз ниже развитых стран Европы и США), следствием чего является нерентабельность производства; устаревшей материально-технической базы; низкой инвестиционной привлекательности.

Государственное регулирование в России основывается на государственных программах развития сельского хозяйства и может осуществляться по следующим направлениям: дотирование производства продукции; компенсация части затрат на приобретение топлива и смазочных материалов для осуществления сельскохозяйственных работ; осуществление

целевого лизинга; поддержка племенного животноводства; компенсация части затрат по страхованию урожая.

Результаты политики реализации приоритетного проекта «Развитие АПК» и первых этапов Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы показали, что современная система государственного регулирования аграрной экономики обеспечила поддержку экономического роста в сельском хозяйстве России даже в условиях мирового финансово-экономического кризиса.

В то же время разнонаправленная динамика целевых показателей реализации мероприятий Госпрограммы, недостаточный уровень продовольственной безопасности страны, усилившаяся социально-экономическая дифференциация российских регионов свидетельствуют о том, что отдельные теоретико-методологические вопросы государственного регулирования сельского хозяйства требуют дальнейшей научной разработки.

Одной из целей государственной программы развития сельского хозяйства (2013-2020 гг.) является повышение конкурентоспособности российской сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках в рамках вступления России во Всемирную торговую организацию, повышение эффективности регулирования рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Объем бюджетных ассигнований на реализацию Государственной программы за счет средств федерального бюджета составляет 1510 млрд. рублей [1].

Итогами программы должны стать:

- повышение удельного веса российских продовольственных товаров в общих ресурсах продовольственных товаров с учетом структуры переходящих запасов к 2020 году;

- увеличение производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (в сопоставимых ценах) в 2020 году по отношению к 2012 году на 20,8 %, пищевых продуктов - на 35 %;

- обеспечение среднегодового темпа прироста объема инвестиций в основной капитал сельского хозяйства в размере 4,5 %;

- повышение среднего уровня рентабельности сельскохозяйственных организаций не менее чем до 10 - 15 % (с учетом субсидий);

- доведение соотношения уровней заработной платы в сельском хозяйстве и в среднем по экономике страны до 55 %.

России в условиях вступления в ВТО необходимо строго защищать свои интересы и требовать выполнения определенных условий в целях защиты интересов государства.

Мировой опыт показывает необходимость использования интегрированных с рыночными механизмами форм и методов государственной ресурсной поддержки: амортизационная политика, использование механизма

лизинга в сочетании с льготным кредитованием, страхование рисков (государственно-частное партнерство) [3].

Рассмотренные выше пути государственного регулирования аграрного сектора России позволяют сделать следующие выводы:

1. Идея совместного государственно-частного участия (в том числе кредитования и страхования сельскохозяйственного производства) в функционировании аграрной отрасли представляется весьма разумной, заслуживающей доверия и должна быть разработана с адаптацией к условиям российской экономики аграрного сектора, при должном регулировании и контроле со стороны государства.

2. Принципы, разработанные в направлении государственной поддержки аграрного сектора экономики России должны быть эффективными, прозрачными, постоянными, гарантированными, адресными, стимулирующими, и не противоречившими рыночным механизмам (в том числе и функционированию ВТО).

3. В рамках научных разработок теоретико-методологических вопросов государственного регулирования сельского хозяйства России – создание структуры государственно-частного партнерства.

Литература:

1. Государственная программа по развитию сельского хозяйства и регулированию рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы (Справочно-правовая система «Консультант Плюс»).

2. Крестьянские ведомости/ Комментарий. Что даст отечественному сельскому хозяйству ВТО. И что отберет. // URL: <http://www.agronews.ru/news/detail/116863/>.

3. Щербаков В.В. (директор НИИ «Управление рисками и страхование» РЭУ им. Г.В. Плеханова, к.э.н.). Международная практика государственно частного партнерства в страховании аграрных рисков.

4. Чутчева Ю.В., Сеидов М.М., Тогоев О.Ш. Инвестиционные процессы в агропромышленном комплексе. Международный технико-экономический журнал. 2012. № 5. С. 5-8.

Бутова Т.В., Свиридова Е.С.

**Особенности управления благоустройством территории
муниципального образования**

*ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при
Правительстве РФ» (г.Москва)*

Благоустройство территории муниципального образования это совокупность мероприятий, которые предназначены для создания благоприятных, здоровых и культурных условий жизни, трудовой деятельности и досуга населения в рамках муниципального образования, которые осуществляют органы государственной власти, органы местного самоуправ-

ления, физические и юридические лица. Так, благоустройство территории включает в себя: работу направленную на строительство, реконструкцию, ремонт и содержание городских улично-дорожных сетей, мостов, тоннелей, путепроводов, содержание и развитие сетей освещения, содержание рекреационных зон, озеленение городских территорий, содержание и развитие объектов ливневой канализации, организацию площадок для выгула собак, комплексное развитие внутридворовых территорий.[3,56]

Деятельность органов местного самоуправления предполагает проведение ряда мероприятий, направленных на решение отдельных задач. Так основополагающими задачами по благоустройству территорий города являются:[1,90]

- привлечение инвестиций в сферы коммунального хозяйства и жилищного строительства;
- упорядочение земельных отношений и правил оборота недвижимости;
- предупреждение отрицательных последствий социального и имущественного расслоения населения;
- постоянный мониторинг экологической ситуации в городе.

Под благоустройством территории принято подразумевать возведение на определенных территориях удобств (сооружений, инфраструктуры) направленных на создание комфортных условий для жизни, работы и отдыха людей (водопровод, канализация, озеленение, дороги, скамейки на остановках и в парках, детские площадки, бульвары и т.д.).[4,72]

В заключении хотелось бы отметить, что в условиях чрезмерно высокого влияния человечества, дискомфортной среды в городах и поселках, из-за загрязнения воздуха автомобильными выбросами, благоустройство и озеленение населенных территорий приобретают особенное значение. Они имеют значительное влияние на экологическое состояние и внешний вид города, могут создать комфортные микроклиматические, санитарно-гигиенические и эстетические условия на улицах, в жилых квартирах, общественных местах (парках, бульварах, скверах, на площадях и т.д.). Таким образом, уровень благоустройства и озеленения территорий является основным показателем качества среды обитания, а целенаправленная деятельность по формированию благоприятной окружающей среды для комфортного проживания населения - основа государственной градостроительной политики.

Литература:

- 1.Владимиров, В.В. Управление градостроительством и территориальным развитием / В.В. Владимиров.- М. 2011.
- 2.Денисов, В.Н. Благоустройство жилых территорий / В.Н. Денисов, И.Н. Пोलовцев, Т.В. Евдокимов. 2013.
- 3.Юскевич, Н.Н. Озеленение городов России / Н.Н. Юскевич. - М. 2010
- 4.Николаевская, И.А. Благоустройство территорий / И.А.Николаевская. – М. Академия, 2011.

Топилина И.И.

**Экономика знаний как необходимая ступень
развития инновационной экономики**

ФГБОУ ВПО ТГПИ имени А.П. Чехова (г. Таганрог)

Современная экономическая наука показывает важность образования как сферы человеческой деятельности и как фактора развития экономики и социума. Уровень развития образования и науки определяет развитость экономики, а также отражает степень интеллектуального, культурного и духовного развития нации, что в стратегической перспективе является одной из серьезных задач общества. В ведущих странах мира, в которых от 70 до 90% ВВП определяется научно-техническим прогрессом и инновационной экономикой, проблема образованности работников находится под пристальным вниманием. В конце XX века в США ВНП почти на 45% создавался в сферах научных исследований, образования, здравоохранения и производства программного обеспечения.

Инновационная экономика может развиваться преимущественно в условиях высокого уровня образования ее работников. По оценкам экспертов, в развитых странах до 60% прироста национального дохода определяется приростом знаний и образованности общества. В США к началу XXI в. доля лиц с высшим и неоконченным высшим образованием составила примерно 60% занятых в производстве [1]. Изучения влияние образования на экономический рост в странах ЕС ученые отметили, что увеличение уровня образования повышает макроэкономическую производительность [2]:

- 1) увеличение набора в среднюю школу на 1% ведет к увеличению ВВП на душу населения в размере от 1 до 3% ежегодно;
- 2) увеличение среднего статического образования на один год поднимает производство продукции на душу населения на 6%;
- 3) ежегодный прирост человеческого капитала на 1% в высшем образовании обеспечивает увеличение темпа роста ВВП на душу населения на 5,9%.

Расчеты, проведенные Организацией социального и экономического развития (ОСЭР) также показали, что повышение «образованности» общества на один академический год обеспечивает прирост экономики стран в краткосрочной перспективе на 5% и в долгосрочной – на 2,5%. В России доля стоимости национального дохода, приходящаяся на граждан с высшим образованием составила 56% [1]. Последние годы показывают повышение внимания к человеческому фактору, что связано с развитием инновационной экономики, основанной на знаниях, с пониманием того, что именно человек есть основной капитал современной организации. В связи с развитием инновационной экономики в понятие «человеческий фактор»

входят следующие составляющие: формирование мотивации для инноваций; организация условий для инноваций; создание механизма проверки и внедрения инноваций.

Привитие интереса к инновационной деятельности должно происходить в юности, в школе и в вузе, хотя непосредственно научить инновациям нельзя. Здесь скорее необходимо свободное и непринужденное владение понятийным и инструментальным аппаратом изучаемой дисциплины, а также развитие вкуса к творческой, профессиональной импровизации. Именно это может стать побуждающими условиями мотивации молодого человека к инновациям в своей деятельности. Становление инновационной экономики и новых технологий опирается, прежде всего, на деятельность людей – носителей знаний и умений.

Общественное развитие, темпы долгосрочного роста экономики, все более зависят от глобального расширения базы знаний. Приобретенные молодым поколением в результате обучения и практической работы, они быстро устаревают, и вузы должны быть готовы к этим переменам. К числу требований, предъявляемых экономикой знаний к образованию, относится смена устаревших моделей обучения, информатизация образовательного процесса, реальная ориентация на запросы рынка труда. Экономика знаний влияет на тенденции развития образования, предполагает установку на активные методы обучения и формирование у студентов способности ориентироваться в потоке информации, на умение принимать нестандартные решения в сложных и постоянно меняющихся ситуациях

В сфере образования инновационная деятельность должна базироваться на поиске и освоении нововведений, их продуктов, технологий, их модернизации в отраслях, которые соответствуют профилю подготовки человека. Эти нововведения, как правило, должны отражаться в учебных программах подготовки специалистов, периодически обновляемых или полностью измененных в соответствии с развитием сферы производства. Образовательные стандарты и основанные на их положениях учебные программы не могут быть статичными, т. к. находятся в соответствии с жизненным циклом технологий и производимой на их основе продукции. Поэтому неслучайны в наше время различные варианты государственно-частного партнерства в области образования, хотя интерес бизнеса объективно ориентирован на развитие отраслей, приносящих сверхприбыли, а не на поисковое и рискованное развитие наукоемких, высокотехнологичных производств, с получением прибыли в будущем.

Представляет интерес зарубежный опыт создания всевозможных фондов с участием предпринимателей для поддержки университетских ученых и изобретателей. Таким образом, инвестиции в образование являются необходимыми для современного мира, т.к. вкладывая средства в формирование рабочей силы, мы делаем эффективные вложения в производство.

Литература:

- 1.Сумарокова Е.В. Инвестиции в человеческий капитал: теория и практика // Образование и общество. – М., - 2004. - № 2.
 - 2.Sianesi B., Van Reenen J. Отдача от образования: обзор эмпирической макроэкономической литературы // Journal of Economic Surveys. Март, 2002.
-

Брахима Траоре

Архитектура системы управления международного бренда

Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ)

В работе вводится понятие «международный бренд», рассматриваются система управления международного бренда и ее архитектура.

Дэвид Огилви¹ дал следующее определение бренда [2]: «Это неосязаемая сумма свойств продукта: его имени, упаковки и цены, его истории, репутации и способа рекламирования. Бренд также является сочетанием впечатления, которое он производит на потребителей, и результатом их опыта в использовании бренда».

Международный бренд - это бренд, который характеризуется свойствами: распространенность на территории нескольких стран, глобальность, образ «всемирно известного бренда» и базируется на единых стратегических принципах в области позиционирования и маркетинга в мировых масштабах, в то же время конкретные маркетинговые мероприятия в разных регионах могут различаться в зависимости от национальных особенностей стран. В качестве примера можно привести закусочные McDonalds, напиток Coca-Cola и т.д.

Выделяют четыре типа международных брендов [3, 4]. На рис. 1 представлена типология международных брендов.

¹ Дэвид Огилви - основатель рекламного агентства Ogilvy & Mather с годовым оборотом свыше 10 миллиардов долларов, классик теории рекламы, признанный «лучшим копирайтером мира», человек, включенный French Magazine в список гигантов, которые внесли самый весомый вклад в Мировую Индустриальную Революцию наряду с Адамом Смитом, Томасом Эдисоном, Карлом Марксом, Дж. Д. Рокфеллером-старшим и другими.

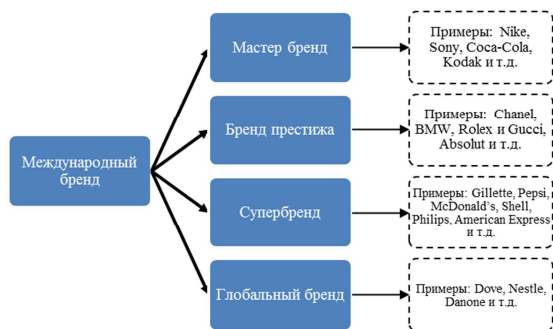


Рис. 1. Типология международных брендов

Мастер бренды строятся на мощных мифах или повествованиях социальной направленности. Они очень часто являются первопроходцами и, соответственно, лидерами в своей товарной категории.

Бренды престижа строят свой призыв на основе специфических мифов культурного происхождения основателя или технологии (например, Mercedes в качестве воплощения немецкого дизайна и инженерного отличия). Почти всегда занимают сильные позиции в категории люкс и обладают высокой степенью притязания. Игнорируя большинство за счет апеллирования к выбранному меньшинству, бренды престижа активно отрицают локализацию.

Супербренды больше определяются своей категорией, чем мифом или повествованием. Они стараются стать актуальными и уместными за счет локализации каких-нибудь элементов.

Глобальные бренды доступны глобально, но позиционируются локально, часто под именами локальных или региональных продуктов (суббренды). Например, шоколад «Россия – щедрая душа» воспринимается как местный бренд, хотя является собственностью компании Nestle [8].

Чтобы международный бренд стал сильным и узнаваемым, он требует хорошо организованного и эффективного управления [1, 5, 6, 8], которое позволяет создавать, внедрять, раскручивать и закреплять определенный образ товара, поддерживать необходимый объем продаж на рынке, повышать капитализацию компании, способствовать формированию имиджа компании и повышению уровня ее известности.

Каждый бренд на протяжении своей жизни проходит несколько этапов, которые в целом можно назвать жизненным циклом. На каждом из этапов своего существования бренд требует соответствующей системы управления.

Система управления международного бренда представляет собой процесс международного брендинга. Международный брендинг - это творчество, основанное не только на глубоком экономическом знании

международного рынка, но и на знании основных правовых и социально-культурных вопросов. На рис. 2 представлена структурная схема системы управления международного бренда.

Выходя на международные рынки, производитель должен получить ответы на вопросы:

- есть ли на зарубежном рынке товары, подобные его?
- кто их производит?
- кто является продавцами и покупателями на рынке?
- сталкиваются ли потребители с теми проблемами, которые может решить его продукт?

Для этого, компанией проводится глубокое маркетинговое исследование. При этом могут выполняться следующие действия:

- исследование заказывают у местных консалтинговых компаний,
- контактируют со своими торговыми представительствами за рубежом,
- делают запросы в иностранные посольства,
- консультируются с иностранными отраслевыми экспертами и заказывают проведение фокус-группы и опросов.

Если маркетинговое исследование показало, что у продукта есть очевидные перспективы на внешнем рынке дальше необходимо модифицировать товар под потребности внешнего рынка [7]. Это не только

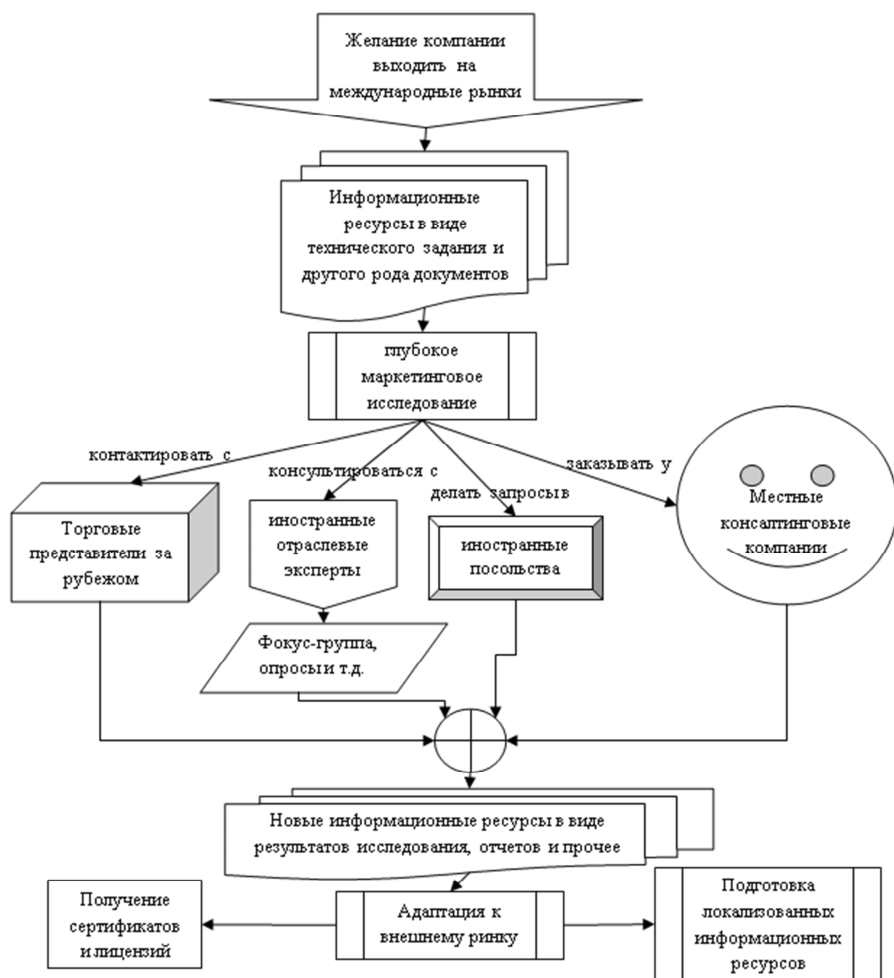


Рис. 2. Структурная схема системы управления международного бренда

изменение действительно существенных вещей, таких как различное напряжение электрической сети или соответствие местным стандартам, но и мелочи, которые формируют образ товара в глазах потребителя (иная форма рукояток, цвета сигнальных лампочек и т.п.).

Безусловно, необходимо также получение в стране-импортёре лицензий и сертификатов, подтверждающих качество продукции.

Одной из главных задач экспортёра является убеждение иностранного потребителя в том, что работать с его продукцией намного удобней, чем с

местной, а наличие правильно составленных сопроводительных документов (необходимые информационные ресурсы) играет в этой задаче значительную роль [3, 4]. Поэтому исключительно важно снабдить свою продукцию инструкциями, технической документацией, справочными материалами, переведёнными на язык страны-импортёра.

Основываясь на анализе структурной схемы системы управления международного бренда, можно делать вывод о том, что эта система является информационной системой. Следовательно, информация и информационные ресурсы являются ее принципиально главными объектами. То есть такая система должна быть исследована и развита не только в рамках экономических дисциплин, но также в рамках дисциплин, связанных с информатикой и информационными технологиями.

Литература

1. Аакер Д.А. Создание сильных брендов. – Москва: Издательский дом Гребенникова, 2003.
 2. Quelch J. The New Global Brands: Managing Non-Governmental Organizations in the 21st Century, 2008.
 3. Transformation of a National Brand into an International Brand Rita Kuvykaite, Jurate Mascinskiene ISSN1392 – 2785 Inzinerine Ekonomika. Engineering Economics, 2010.
 4. Developing the international brand architecture post-M&A / Journal of International Marketing, 2012.
 5. David Pikton. Integrated marketing communications / D. Pikton, A. Broderick. – 2/E Prentice Hall, 2005.
 6. Egan J. Marketing communications / John Egan. – Thomson Learning, 2007.
 7. Terence A. Shimp. Advertising, promotion, and supplemental aspects of Integrated Marketing Communications. Fourth edition. The Dryden Press Harcourt Brace College Publishers, 1997.
 8. Аакер Д. А., Э. Йохимштайлер. «Бренд-лидерство: новая концепция брендинга». - Москва: Издательский дом Гребенникова, 2003.
-

Тур В.А., Бабич А.А.

Бухгалтерский анализ и аудит материальных запасов

*ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»,
(г. Ставрополь)*

Повышение эффективности использования сырья и материалов является одним из важнейших факторов снижения себестоимости продукции и роста прибыли. Рациональное использование сырья и материалов во многом определяется постановкой бухгалтерского учета и организации аналитических работ. В связи с приближением учета к международным стандартам, роль и значение учета материалов и сырья трудно переоценить, а обсуждение актуальных проблем учета весьма своевременно.

Все материалы по способу их использования и назначения в производственном процессе подразделяются следующим образом: основные материалы, вспомогательные материалы, топливо, запасные части, малоценные и быстроизнашивающиеся предметы [5].

Немало важным аспектом учета материально-производственных запасов стал тот факт, что на смену старого ПБУ 5/01, пришло новое ПБУ 5/2012. В ПБУ 5/01, а также Методических указаниях по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов, утвержденных Приказом Минфина России от 28.12.2001 N 119н (далее - Методические указания), не упоминается о моменте признания запасов и его зависимости от перехода права собственности. В Методических указаниях определено, что при отсутствии у организации права собственности на поступившие материальные ценности последние учитываются на забалансовых счетах. ПБУ 5/2012 содержит дополнительную статью затрат, которая включает величину оценочного обязательства по демонтажу, удалению запасов и восстановлению окружающей среды на занимаемом ими участке, возникшую при приобретении или создании запасов.

В себестоимость запасов при их создании, производстве и переработке на разных стадиях производственного процесса включаются затраты, непосредственно связанные с осуществлением, управлением и обеспечением производственного процесса (стоимость сырья и материалов, вознаграждения работникам, амортизация, содержание и техническое обслуживание основных средств, амортизация нематериальных активов).

Задачами анализа материально-производственных запасов являются следующие:

- оценка обеспеченности материальными ресурсами;
- оценка эффективного использования материальных ресурсов;
- оценка причин и факторов, воздействующих на результаты использования материально-производственных запасов;
- выявление неиспользованных резервов.

Коэффициент использования материальных затрат представляет собой отношение суммы фактических материальных расходов (М), в сумме материальных расходов, рассчитанных по плановым калькуляциям и фактическому выпуску продукции (М1). Другими словами это показатель соблюдения норм расхода материалов:

$$K_{и} = M / M1$$

Также при оценке и анализе эффективности использования могут быть рассчитаны такие показатели как:

- Коэффициент оборачиваемости материальных затрат:

$$K_{омз} = \text{Выручка} / \text{среднегодовую стоимость материальных затрат}$$

- Период оборота показывает, показывающий за сколько дней совершают один оборот средства, инвестированные в материальные запасы.

Период оборота материальных затрат = 360 * среднегодовая стоимость материальных затрат / выручка от продаж

Цель аудита материально-производственных запасов состоит в изучении порядка организации бухгалтерского учета активов в соответствии с действующим законодательством и формировании мнения о достоверности показателей учета и бухгалтерской отчетности.

Аудиторская проверка материально-производственных запасов (МПЗ) позволяет минимизировать риск наличия существенных ошибок в учете.

Особенности аудита операций с материально-производственными запасами связаны с осуществлением комплекса аудиторских процедур, направленных на изучение условий хранения и сохранности материальных ценностей, определением материальной ответственности, оценкой документального оформления и организации бухгалтерского и налогового учета активов.

Для достижения поставленной цели в процессе проверки операций с материально-производственными запасами аудиторы решают следующие задачи:

- изучение состава материально-производственных запасов, ознакомление с условиями их хранения;
- анализ правильности документального оформления операций по поступлению ценностей в зависимости от их источника;
- подтверждение полноты и своевременности оприходования материальных ценностей;
- проверка отпуска материальных ценностей на производственные и другие цели;
- оценка качества проводимых инвентаризаций материально-производственных запасов.

Для анализа и оценки материально-производственных запасов используются следующие приемы и методы: осмотр, собеседование и тестирование персонала, арифметический контроль, документальный анализ, сверка синтетического и аналитического учета, прослеживание учетных записей по корреспондирующим счетам, подтверждение оборотов и сальдо по счетам, аналитические процедуры, контрольно-выборочное сличение по количеству и сумме, подготовка альтернативного баланса движения.

К проверке привлекаются учетные документы, бухгалтерская отчетность и прочая информация: договоры поставки; приходные ордера (ф. М-4); накладные, товарно-транспортные накладные; счет-фактуры, книги покупок; доверенности (ф. М-2 и М-2а); акты о приемке-передаче материалов (ф. М-7); лимитно-заборные карты (ф. М-8); требования-накладные (ф. М-11); накладные на отпуск материалов на сторону (ф. М-15); карточки

учета материалов (ф. М-17); акт оприходования материальных ценностей, полученных при разборке и демонтаже зданий и сооружений (ф. М-35); инвентаризационные описи ТМЦ (ф. ИНВ-3); сличительные ведомости результатов инвентаризации ТМЦ (ф. ИНВ-19); ведомости учета результатов инвентаризации (ф. ИНВ-26); книга продаж, книга покупок; договоры о полной материальной ответственности.

Аудитору необходимо руководствоваться положениями МСА 500 и ФСАД 7/2011 «Аудиторские доказательства», согласно которым аудиторские доказательства должны быть достаточными, уместными и надежными. При получении аудиторских доказательств путем выполнения процедур проверки по существу аудитор должен рассмотреть их достаточность в целях подтверждения предпосылок полноты подготовки финансовой отчетности.

Анализ аудиторской практики свидетельствует, что типичными ошибками которые выявляются в ходе проверки операций по учету материально-производственных запасов можно отнести следующие:

- не заключены договоры о материальной ответственности с кладовщиками (материально-ответственными лицами);
- неправильно оформляются документы по приходу и расходу материально-производственных запасов;
- не ведется аналитический учет движения материально-производственных запасов в бухгалтерии и по местам хранения;
- нерегулярно проводится сверка данных по движению материальных ценностей в бухгалтерии и на складах предприятия, несоответствие данных;
- не проводится ежегодная инвентаризация материально-производственных запасов;
- на складах хранится большое количество неиспользуемых материально-производственных запасов;
- неправильно производится списание материально-производственных запасов по видам расходов;
- неверно ведется учет НДС по поступившим материально-производственным запасам.

Список литературы и информационных источников

1. Барышников Н.П. «В помощь бухгалтеру и аудитору» Справочно-методическое пособие. - М.: Информационно-издательский дом «Филинг», 2011.- 472с.;
2. Бороненкова С.А. Управленческий анализ. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 510 с.
3. Василевич И.П. Аудиторская проверка материально-производственных запасов // Бухгалтерский учет.-2009.-№ 20.- с. 36-46.
4. Ефимова О.В. Финансовый анализ. – М.: Бухгалтерский учет, 2010. – 528с.
5. Кожин В.Я. Бухгалтерский учёт. – М.: Экзамен 2011.
6. Кондраков Н.П. «Бухгалтерский учет».- М., 2009.

- 7.Шнейдман. Л.З. Рекомендации по переходу на новый план счетов. – М.: «Бухгалтерский учёт», 2012.
- 8.Макальская А.К. «Внутренний аудит». – М.: Дело и Сервис, 2009. – 80с.;
- 9.Полисук Г.Б. и др. «Аудит предприятия. Организация аудиторских проверок и комплексный анализ финансовых результатов деятельности предприятия» Учебное пособие.- М.: Экзамен, 2011. – 352с.;
- 10.Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ: Учеб.пособие. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2012. – 479с.
-

Фисенко А.И.

Формирование центров финансовой ответственности в морском вузе как основы реализации его стратегической цели

МГУ им. адм. Г.И. Невельского (г. Владивосток)

Как показывает опыт формирования и развития различных систем бюджетирования в вузах страны, одним из важных условий их эффективного функционирования и последующей трансформации является рациональная и результативно работающая организационная структура управления. Важными её элементами выступают университетские центры финансовой ответственности (ЦФО) – соответствующие структурные подразделения вуза.

ЦФО в вузе может быть любое структурное подразделение университета (факультет, институт, или др. подразделение), которое имеет относительно обособленный в финансовом, организационно-правовом и (или) хозяйственном (специальности (специализации) или направлению в профессиональном образовании, виду научных работ, иных видов работ (услуг) и т.п.) отношении вид деятельности, соответствующий бюджет (и (или) смету), инструменты и механизм контроля доходов и расходов от осуществления указанной деятельности, и руководство, имеющее право принимать решения и обязанность отвечать за организацию деятельности и полученные финансовые результаты в рамках своих компетенций (а также прав и ответственности), закреплённых внешними и внутренними нормативными документами.

В рамках Морского государственного университета (МГУ) им. адм. Г.И. Невельского, к ЦФО могут быть отнесены следующие его структурные подразделения: Морская академия и институты, факультеты, инновационный центр, Международная школа бизнеса, библиотека, филиалы и представительства университета в гг. Москве, Благовещенске, Находке и Холмске, гараж, издательско-полиграфический центр, центр компьютерных технологий, общежитие, водная станция и др.

Основные критерии, показатели и индикаторы деятельности университета, закладываемые в процессе финансового планирования и бюджетирования, определяются миссией университета и стратегической целью его

развития (сведёнными в стратегический план развития университета, рассчитанный на средне- и долгосрочный период планирования).

Стратегической целью МГУ им. адм. Г.И. Невельского на среднесрочный период 2014–2016 гг. является его становление и развитие как университета инновационного типа, осуществляющего подготовку (в широком контексте этого слова) специалистов мирового уровня для морского транспорта страны и проведение научных исследований, способных обеспечить позитивные изменения в отрасли и профессиональной деятельности в экономике и социальной сфере России.

Комплексная программа развития университета при этом может быть декомпозирована на пять комплексных подпрограмм, ориентированных на достижение поставленной стратегической цели, в т.ч.: совершенствование научной деятельности, совершенствование образовательной деятельности, совершенствование управленческой деятельности, совершенствование финансово-хозяйственной деятельности и совершенствование производственно-хозяйственной деятельности, которые детализируются в следующие двенадцать целей следующего уровня финансового планирования.

Цель 1. Формирование условий по обеспечению качественного, в т.ч. элитного, образования в Университете на базе эффективной организации учебного процесса, высокого уровня профессорско-преподавательского состава, использования образовательных инноваций, развития лабораторной базы и реализации сильной политики в области менеджмента качества.

Цель 2. Развитие научных школ, научной и инновационной деятельности в университете как основополагающего фактора достижения качества образования и устойчивого роста квалификации научно-педагогических кадров.

Цель 3. Создание благоприятной воспитательной и социальной среды для становления и укрепления гражданственности учащихся в университете, корпоративной культуры и развития персонала.

Цель 4. Обеспечение качественной конвенционной подготовки по основным и дополнительным образовательным программам, развитие базы качественной практической и компетентностной подготовки учащихся.

Цель 5. Повышение уровня специальной и военной подготовки, применение дисциплинарной практики, основанной на лучших традициях морских учебных заведений России.

Цель 6. Интернационализация и международное сотрудничество в сфере образования, формирование мультиязыковой и мультикультурной среды, развитие международных связей и формирование механизма продвижения образовательных услуг и продуктов университета на образовательные рынки Азиатско-Тихоокеанского региона.

Цель 7. Обеспечение устойчивой и энергосберегающей работы системы жизнеобеспечения университета и её развития.

Цель 8. Развитие информатизации и информационного пространства университета, управление знаниями, и достойное представление университета во внешнем информационном поле.

Цель 9. Разработка и реализация кадровой стратегии и создание благоприятных условий жизни и работы сотрудников университета путем реализации социальных программ.

Цель 10. Обеспечение безопасных и стимулирующих высокопроизводительный труд условий работы, обучения и проживания в вузе.

Цель 11. Создание устойчивой и эффективной системы финансового обеспечения деятельности университета, направленной на повышение уровня воспитания, образования, научных исследований и социальной защищенности его сотрудников.

Цель 12. Развитие инфраструктуры университета на основе инвестиционных проектов, коммерциализации научно-технических разработок и образовательных продуктов.

Фомин А.А.

**Основные направления совершенствования механизмов
управления городским хозяйством**

ФГБОУ ВПО «РГУТИС» (г. Москва)

Как известно, основной задачей проводимой реформы ЖКХ, изменения системы взаимоотношений в управлении городским хозяйством выступает обеспечение роста эффективности системы ЖКХ, повышение комфортности условий проживания населения.

Одним из актуальных направлений совершенствования является поиск путей модернизации и развития коммунальных систем жизнеобеспечения. Важно не только обеспечить реализацию энергосберегающих проектов, имеющих огромный потенциал [3], но и стимулировать развитие конкуренции при этом [2], [4].

Также, актуальным представляется повышение роли планирования в процессе организации капитального и среднего ремонта жилищного фонда [1]. Необходимо завершить переход от малоэффективной распределительной системы хозяйствования с краткосрочным, обычно годовым, периодом планирования к современной эффективной системе долгосрочного планирования в границах своей бюджетной ответственности и интегрирующей инвестиционные проекты модернизации и развития коммунальных систем жизнеобеспечения, сроки планирования которых обычно составляют 10 – 12 лет. Важным преимуществом системы долгосрочного планирования является ее способность эффективно стимулировать создание и наполнение собственной финансовой базы, необходимой для возмещения средств, привлекаемых из частных источников для осуществления территориаль-

ных инфраструктурных проектов. Особую роль в этом играют вопросы финансирования капитального ремонта жилищного фонда [5]. Тем более, что принятые новации в финансировании капитального ремонта, вызывают не только вопросы, но и сложности в реализации.

Реалистичные долгосрочные планы реализации указанного потенциала на основе использования возможностей эффективной современной системы комплексного планирования социально-экономического развития городов и муниципальных образований резко повысят инвестиционную привлекательность проектов модернизации и развития коммунальных систем жизнеобеспечения для частных инвесторов и кредиторов, следовательно, обеспечат привлечение значимых объемов финансовых ресурсов из частных источников, необходимых для финансирования широкомасштабной реформы ЖКХ.

Литература:

- 1.Алексеев А.Ю. Организация капитального и среднего ремонта жилищного фонда. Монография. Москва. 2011.
 - 2.Зуденкова С.А. Особенности развития конкуренции в ЖКХ // Сервис plus. 2009. № 1. с. 69-74.
 - 3.Зуденкова С.А. Потенциал энергосбережения в жилищно-коммунальном хозяйстве Московского региона // Сервис plus. 2008. № 1. с. 35-87.
 - 4.Зуденкова С.А. Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивости развития жилищного хозяйства региона (на примере Московской области). Дисс.к.э.н. Москва. 2003.
 - 5.Стадолин М.Е. Совершенствование системы финансирования капитального ремонта жилищного фонда. // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2011. № 20. с. 115-118.
-

Хасанова В.Н.

Экологическая политика Республики Башкортостан

БашГУ, г. Уфа

Ключевую роль в предотвращении негативного воздействия на окружающую среду играют законодательные и нормативно-регулирующие акты. В стратегии социально-экономического развития Республики Башкортостан до 2020 года определены основные направления обеспечения экологической устойчивости республики. Сформирована и последовательно реализуется республиканская политика в области экологии, направленная на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов. В рамках защиты жизни и здоровья населения от отрицательного воздействия, обусловленного загрязнением окружающей среды принят Экологический Кодекс Республики Башкортостан. Законодательно регламентируется экологическое предпринимательство для реализации природоохранных мероприятий и экологической безопасности республики. Несмотря, на принятые нормативные законодательные акты, в регионе суще-

ствуют определенные экологические проблемы, связанные с загрязнением атмосферного воздуха в результате выбросов промышленных предприятий и увеличением количества отходов производства и потребления.

В частности, предприятия нефтеперерабатывающей, нефтехимической, нефтедобывающей и электроэнергетической отраслей промышленности дают около 70% объема выбросов промышленных объектов республики в атмосферный воздух. На территории республики в отвалах и хранилищах накоплено около 55,0 млн. тонн только твердых отходов, а общее количество токсичных отходов достигло 365,313 тыс. тонн. [1].

Для проведения эффективной экологической политики в регионе необходимы меры с четко выраженной экономической ориентацией:

- введение экологических налогов;
- введение платежей и штрафов за загрязнение окружающей среды, которые призваны компенсировать экстерналии, наносимые предприятиями – загрязнителями;
- принятие природоохранных стандартов и нормативов;
- реализация региональных или отраслевых экологических программ.

Республиканская целевая программа "Экология и природные ресурсы Республики Башкортостан» предусматривает улучшение качества жизни населения республики за счет сохранения природных систем и поддержания соответствующего качества окружающей среды. [2] Экологическая эффективность программы достигается за счет восстановления и сохранения лесных, водных, биологических ресурсов, природных ландшафтов, плодородия лесных почв и сельхозугодий, сохранения биологического разнообразия, уменьшения ущерба природе и сохранения здоровья населения. Социальная эффективность обеспечивается путем сохранения существующих и создания новых рабочих мест, занятости населения сельских районов, развития экологического туризма, охватывающего почти все районы республики.

Важными направлениями региональной экологической политики Республики Башкортостан являются формирование экологической культуры населения, экологическое просвещение и информирование, воспитание бережного отношения к природе и рациональному использованию природных ресурсов.

Литература:

1. Республиканская целевая программа "Совершенствование системы управления твердыми бытовыми отходами в Республике Башкортостан" на 2011-2020 годы - // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://base.garant.ru/17747643/#ixzz30QdmxEv2>

2. Республиканская целевая программа "Экология и природные ресурсы Республики Башкортостан (на 2004 - 2010 годы и период до 2015 года)" // [Электронный ресурс] / Режим доступа: - - <http://base.garant.ru/17747643/#ixzz30QdmxEv2>

Преодоление различий внутрирегионального социально-экономического развития в Республике Адыгея

АГУ (г.Майкоп)

В современных условиях развития экономики, внутрирегиональные социально-экономические различия продолжают сохраняться в ряде субъектов Российской Федерации. Политика выравнивания является одним из ключевых инструментов решения данной проблемы, она направлена на преодоление территориального экономического неравенства и натаскивание муниципальных образований в большей степени отстающих по качеству и уровню жизни населения.

Региональные власти не относят социально-экономические диспропорции к ряду ключевых региональных проблем. Они воздействует на этот процесс, в основном, через межбюджетную поддержку, которая сглаживает различия лишь финансированием расходов муниципальных образований, тем же самым лишая серьезных экономических стимулов территорий доноров. Все это не только не ослабляет, но даже усиливает межмуниципальные различия, требуя все больших объемов перераспределения финансовых ресурсов. По-моему, основой для преодоления этой диспропорции является создание условий для саморазвития с использованием потенциальных всевозможных факторов.

Система межбюджетных отношений должна обеспечивать целевое выделение региональной властью финансовой помощи муниципальным образованиям на наращивание их совокупного социально-экономического потенциала, поскольку без подъема экономики районов, невозможно выравнивание внутрирегиональных диспропорций.

Политика управления проблемами внутрирегионального социально-экономического различия обусловлена, прежде всего, тем, что разница в уровне жизни, в ценах, в качестве предоставляемых социальных услуг на местном уровне ощущается сильнее, чем на межрегиональном.

Таблица – 1. Удельный вес среднесписочной численности и среднемесячной заработной платы работников организации обрабатывающего производства по муниципальным образованиям РА, за 2008 – 2013 гг., в % [1]

Муниципальные образования	Показатели	2008 г.	
г. Майкоп	Среднеспис., числ-ть раб-в орг-ий, чел.	65,9	46,1
	Среднемесячная з/п раб.орг-ий, тыс.руб.	14,9	15,6
Майкопский р-н	Среднеспис., числ-ть раб-в орг-ий, чел.	4,2	3
	Среднемесячная з/п раб.орг-ий, тыс.руб.	11,6	10,7

Гиагинский р-н	Среднеспис., числ-ть раб-в орг-ий, чел.	12,9	14,7
	Среднемесячная з/п раб.орг-ий, тыс.руб.	18	15,5
Кошехабльский р-н	Среднеспис., числ-ть раб-в орг-ий, чел.	0,2	2
	Среднемесячная з/п раб.орг-ий, тыс.руб.	8,2	13,7
Тахтамукайский р-н	Среднеспис., числ-ть раб-в орг-ий, чел.	9,5	25
	Среднемесячная з/п раб.орг-ий, тыс.руб.	23,2	26,3
Теучежский р-н	Среднеспис., числ-ть раб-в орг-ий, чел.	4,1	2,6
	Среднемесячная з/п раб.орг-ий, тыс.руб.	8,1	2,9
Красногвардейский р-н	Среднеспис., числ-ть раб-в орг-ий, чел.	0,7	4,5
	Среднемесячная з/п раб.орг-ий, тыс.руб.	10,5	9,7
Шовгеновский р-н	Среднеспис., числ-ть раб-в орг-ий, чел.	2,2	2,5
	Среднемесячная з/п раб.орг-ий, тыс.руб.	5,2	5,1

Из таблицы видим, что неустойчивость социально-экономического положения в Республике Адыгея, на основе взятых показателей, во многом обусловила наличие в регионе значительных межмуниципальных различий между республиканским центром и районами.

Одним из важнейших долгосрочных направлений включения межмуниципального взаимодействия в Республике Адыгея является, на мой взгляд, реализация нового социально-экономического районирования отражающего характерные особенности современного состояния и планов на будущее муниципальных образований и ориентируются на группировке муниципальных образований с одинаковыми потенциальными конкурентными преимуществами, являющимися основными факторами развития (табл. 2.)

Таблица – 2. Стратегические приоритеты муниципальных образований Республики Адыгея, реализация которых должна обеспечить им устойчивые конкурентные преимущества

Муниципальные образования	Стратегические приоритеты	Факторы развития
г. Майкоп	Машиностроение, пищевая и перерабатывающая промышленность	Накопленный производственно-экономический потенциал

Майкопский район	Туристско-рекреационный комплекс	Уникальные природно-ресурсные особенности
Тахтамукайский и Теучежский районы и г. Адыгейск	Транспортная инфраструктура, индустрия развлечений	Выгодное экономико-географическое положение
Гиагинский, Кошехабльский, Красногвардейский и Шовгеновский районы	Пищевая и перерабатывающая промышленность, производство экологически чистого сельскохозяйственного сырья	Накопленный производственно-экономический потенциал, обеспеченность сельскохозяйственными удобствами

Предложенный вариант районирования, дает возможность обозначить более важные для данного региона направления межмуниципального взаимодействия.

Региональные и муниципальные органы власти должны, с одной стороны выявлять свои конкурентные преимущества – сильные стороны территории, а с другой – понять слабые ее стороны, факторы, ухудшающие имидж территории, снижающие его инвестиционную привлекательность.

Необходимым условием для успешного развития экономики региона является инвестиционная привлекательность, под которой понимается, совокупность признаков (условий, ограничений), определяющих приток капитала в регион и оцениваемых инвестиционной активностью.

В Майкопском районе, территория которого насыщена объектами экскурсионного показа, развернуто строительство объектов туристско-рекреационного комплекса. Перспективным направлением сотрудничества остальных муниципальных образований с Майкопским районом может стать организация поставок для туристов экологически чистых свежих фруктов, овощей, мясо-молочной и другой продукции, а также организация доступного отдыха жителей остальных муниципальных образований региона [2, с.41].

В г. Адыгейске, Теучежском и Тахтамукайском районах, имеющих выгодное экономико-географическое положение (близость к г. Краснодару и прохождение через их территорию федеральной трассы с выходом к черноморскому побережью) имеет смысл расширить строительство транспортной инфраструктуры и индустрии развлечений.

Основой для развития взаимодействия Гиагинского, Кошехабльского, Красногвардейского и Шовгеновского районов является агропромышленное производство. Во всех четырех районах имеются благоприятные условия для увеличения объемов производства сельскохозяйственного сырья.

Наличие идей социально-экономического развития региона и его муниципальных образований, позволяет последовательно приступить к стадии *прогнозирования* развития. Качество прогноза предопределяет возможность ис-

пользования его результатов при принятии региональными и муниципальными образованиями управленческих решений, то есть практическую востребованность.

Отсутствие стратегической направленности в деятельности органов региональной власти заметно снижает эффективность принимаемых оперативных мер, что не позволяет поэтапно достигать намеченных целей. В связи с этим в регионах все больше внимания стали уделять различным инструментам регулирующего воздействия, в числе которых наиболее эффективным является программно-целевой метод.

Таким образом, важную роль в решении задач, связанных с внутрирегиональной дифференциацией, играют программы нацеленные, на решение не столько текущих, сколько стратегических задач структурной перестройки региональной экономики. Целевые программы могут обеспечить кардинальное решение проблем внутрирегиональных различий и иметь целью не только преодоление их последствий, но и противодействие ряду факторов, их порождающих.

Литература:

1. www.adg.gks.ru

2. Социально-экономическое положение Республики Адыгея в 2005 г. / Государственный комитет Республики Адыгея по статистике. – 41 с.

Цыганов С.И.

Приток иностранных инвестиций в субъекты Российской Федерации

УрГЮА (г.Екатеринбург)

В зависимости от пороговой величины объема текущих иностранных инвестиций, поступивших в отчетном году в каждый субъект Российской Федерации, регионы подразделяются на следующие группы: I группа - не менее 1 млрд. долл.; II группа - менее 1 млрд., но не менее 100 млн. долл.; III группа - менее 100 млн. долл.; IV группа - отсутствует приток инвестиций из-за границы.

Согласно имеющимся статистическим материалам в российскую экономику в 2013 г. поступило 170179926 тыс. долл. иностранных инвестиций [подсчитано по: 1, с.117, 119, 121]. При этом из общего объема инвестиций в I группе субъектов Российской Федерации размещено 160137947 тыс., II - 8962221 тыс., III - 1079758 тыс. долл. [подсчитано по: 1, с.117, 119, 121]. Если принять объем текущих иностранных инвестиций за 100%, то доля I группы равна 94,1%, II - 5,3% и III - 0,6%. В I группу входят 23 субъекта Российской Федерации, II - 27, III - 29 и IV - 4.

По итогам 2013 г. 70,0% текущих иностранных инвестиций было размещено в 6 регионах, в том числе в г.Москва 57,5% , Московской области - 3,7%, Ямало-Ненецком автономном округе - 2,6%, Красноярском крае -

2,3%, Самарской области - 2,1% и Челябинской области - 1,8% [подсчитано по: 1, с.117, 119, 121].

Изучение притока иностранных инвестиций в 2013 г. позволяет сделать ряд обобщений.

Во-первых, I группа регионов поглотила более $\frac{9}{10}$ суммарного объема инвестиций, оставив основному массиву субъектов Российской Федерации сравнительно небольшую часть вложений зарубежных инвесторов. Столь неравномерное распределение потоков инвестиций свидетельствует о существенных различиях в состоянии регионального инвестиционного климата.

Во-вторых, г.Москва притянула более половины всего объема инвестиций, поступивших в российскую экономику из-за границы. Это объясняется не только сравнительно благоприятным инвестиционным климатом в этом гигантском мегаполисе. Столица России выступает своеобразным перевалочным пунктом, из которого осуществляется дальнейшее перемещение инвестиций в другие регионы.

В-третьих, в федеральных округах, за исключением Северо-Кавказского федерального округа (СКФО), на небольшое количество регионов I группы приходится преобладающая часть текущих иностранных инвестиций, поступивших в соответствующий округ.

В-четвертых, сила действия отрицательных факторов инвестиционного климата в СКФО столь значительна, что на его территории отсутствует хотя бы один регион, относящийся к I или II группе. Инвестиции из-за границы не поступили в 4 региона СКФО (Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия-Алания).

Следует приветствовать наличие I группы субъектов Российской Федерации. Но неравномерное территориальное распределение иностранных инвестиций внутри этой группы и за ее пределами усиливает отличия в уровне и характере развития региональных производительных сил. Это негативно влияет на процесс формирования единого хозяйственного комплекса страны, усложняет подключение регионов к системе международного разделения труда.

Для подъема все возрастающего количества регионов на этаж I группы субъектов Российской Федерации необходимо повысить роль государства в инвестиционном процессе, усилить государственную поддержку иностранных инвестиций.

Литература:

1. Основные социально-экономические характеристики субъектов Российской Федерации. Основные социально-экономические показатели за 2013 г. // Статистическое обозрение. 2014. №1.

Влияния трудовой миграции на интеллектуальный капитал страны

ПГНИУ (г. Пермь)

Создание новых конкурентных преимуществ в высокотехнологичных отраслях промышленности, внедрение достижений науки и техники в производство, подготовка квалифицированных кадров экономики – эти задачи являются ключевыми в экономике знаний. В таких условиях основным фактором ускоренного социально-экономического развития страны и ее регионов является формирование, использование, развитие и наращивание интеллектуального капитала страны.

В России проблема нехватки кадров, небольшое число конкурентоспособных на мировом уровне предприятий, отставание экономики в целом определяется разными показателями, но в основном это образование, демография и низкий уровень условий труда. Нехватку образования можно восполнить, для численности населения увеличить миграционный поток, но при этом сейчас важным условием должно быть качество данного потока.

Основные факторы прироста миграционного потока (прибывшие - выбывшие), адаптированные для России, следующие: среднедушевые доходы населения по РФ (руб.мес.), выпустившиеся иностранные студенты, обучавшиеся по программам высшего профессионального образования в образовательных учреждениях России (тыс.чел.), общее число организаций, выполняющих исследования и разработки, а также уровень безработицы (%).

Современный портрет трудового мигрант не соответствует целям повышения интеллектуального капитала страны. Так как это в основном иммигранты из Узбекистана (31%), Таджикистан (16%), Китай (11%), Украина (10%), Киргизстан (7%), Молдова (4%), Армения (4%), Азербайджан (3%) и другие страны (14%).

Более подробное их описание: более 80% мужчины, в возрасте около 30 лет, с преобладанием среднего и средне-специального образования, с целью долгосрочного трудоустройства, преимущественно, в сферах строительства, торговли, промышленности, сельского хозяйства и транспорта. [4].

Приток неквалифицированных трудовых ресурсов снижает интеллектуальный капитал страны. Таким образом, чтобы его повысить, необходимо изменить причины иммиграции путем реализации следующих мер:

- создание новых образовательных программ, модернизация старых;
- усиление инновационной составляющей предприятий;
- введение пороговой величины количества мигрантов на предприятиях;

- проводить экзаменационный контроль мигрантов и установить срок их адаптации.

В целом, можно утверждать, что для достижения наилучшего эффекта от привлечения миграционного потока для увеличения интеллектуального капитала страны необходимо больше инвестиций в пределах края, что позволит оценить и скорректировать программу действий для поддержки интеллектуального капитала в дальнейшем при расширении границ применения. Данная программа необходима для поощрения интеллектуальной молодежи, ее обучения и привлечения к созданию нового уровня инновационной экономики. Так же она должна заострять внимание на создании новой иммиграционной группы, сформированной в процессе отселеивания для повышения качества интеллектуального капитала страны.

Литература:

1.Инновационная экономика и промышленная политика региона (ЭКО-ПРОМ-2010) / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина: труды Международной научно-практической конференции. 29 сентября – 3 октября 2010 года. Т.2. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2010. – 531 с.

2.Томчук Д. А. Интеллектуальный капитал и инновации: особенности взаимосвязи [Текст] / Д. А. Томчук // Молодой ученый. — 2012. — №8. — С. 142-146

Чайкина О.А., Чиркина Т.В., Рюхин А.П.

Экономическая социализация детей дошкольного и младшего школьного возраста в контексте дидактического материала

БИ СГУ (г. Балашов)

Аннотация: в статье предпринята попытка подбора дидактического материала для активизации экономической социализации детей дошкольного и младшего школьного возраста.

Ключевые слова: экономическая социализация; проблемная ситуация; загадка; инфляция; товар; обмен; собственность.

Исследователи, изучив многочисленные эмпирико-статистические данные и обобщив их результаты, последили следующую периодизацию экономической социализации детей дошкольного и младшего школьного возраста [1, с.26-27].

Период до четырех лет. В самом раннем возрасте экономическая социализация тесно переплетается с общим развитием личности. Ее истоками является овладение языком и зачаточными формами экономического поведения. В возрасте до четырех лет наблюдаются:

- попытки использования предметов (игрушек, одежды и т.д.) и осуществление действий над ними;
- конфликты, связанные с обладанием предметом;

- использование притяжательных местоимений на ранних этапах развития речи для фиксации "своего" и "чужого".

Если исходить из предположения, что выводы данного исследования корректны, то можно, на наш взгляд, говорить о формировании у детей этого возраста пропедевтических экономических категорий "обмен" и "собственность". Делать это можно, например, применяя проблемные ситуации следующего типа:

- Коля, дай мне на несколько дней свою железную дорогу. Я поиграю с ней и верну тебе обратно.

- А ты, Саша, дай мне свой велосипед. Я покатаюсь и тоже верну его тебе.

Как ты думаешь, совершили друзья обмен или нет [2, с.34]?

Период четырех-шести лет. Для этого возраста характерна сложность в осознании таких понятий, как время и ценность. Хотя дети и имеют понятие о покупке и продаже вещей, они не понимают фактора ограниченности денежных ресурсов. Дети начинают ассоциировать деньги с процессом купли-продажи. Речь, по существу, идет о формировании такого экономического понятия, как "функции денег как средство обращения", разумеется, опять-таки в провизуарной форме. Здесь можно использовать, например, загадки нижеследующего типа.

Угадай, как оно зовется,

Что за деньги продается.

Это не чудесный дар,

А просто-напросто ...[2, с.41].

Период шести-восьми лет. Дети этого возраста стремятся к учению, но внимания к хозяйственным аспектам жизни пока хватает на короткий период времени. Они слабо разбираются в экономических функциях и отношениях, однако высказывают соображения по поводу денег. Например, цену труда, по мнению детей этого возраста, определяет полезность, а причиной того, что в магазинах мы расплачиваемся, является моральное требование: "Не обманывай другого". Совершение выбора также представляет собой определенные трудности. Деньги значат в данном возрасте много, но при этом они могут быть абсолютно бесполезными. Дети начинают осознавать взаимосвязь между решением, принятым сегодня, и результатом, последовавшим за ним завтра. Таким образом, на данном этапе закладываются основы формирования причинно-следственных связей между экономическими процессами, явлениями и объектами.

С подружкой в магазине бывали,

Там куклу Барби увидели.

Стали ее покупать,

Не хватает рублей пять.

Через день зашли-и на,

Уже новая цена.
Что за хищница такая-
Даже деток обижает?
Денег-куры не клюют.
Да мало что за них дают.
Потому, что с каждым днем
Цены бешено растут.
Что за хищница такая
Наши деньги все съедает [2, с.30].

Разумеется, что на вышеперечисленных этапах речь идет о наглядно-познавательной и практически-действенной компонентах экономического мышления, а не о словесно-теоретической; в дальнейшем потребуются корректировка бытовых представлений.

Литература:

1.Семья, Г.В. Экономическая социализация детей и подростков: периодизация и результаты [Текст] /Г.В. Семья// Школьный экономический журнал. – 1998. – №5. – С. 25 – 32.

2.Смирнова, Е.В. Экономический букварь (для детей младшего школьного возраста) [Текст] /Е.В. Смирнова. – М. : Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 1996. – С. 30 – 41.

Четыркина Н.Ю.

Конкурентные отношения в России: особенности и перспективы

СПбГЭУ (г. Санкт-Петербург)

Трансформация - постоянный попутчик эволюции. Конечная цель трансформации экономической системы страны определяется основным законом страны, отраженным в конституции и направленным на рост благосостояния населения. В конечном итоге для любой трансформации результатом является - повышение уровня жизни, социально-экономического положения страны, и как следствие, обеспечение ее конкурентоспособности.

Положение в России можно охарактеризовать как переход от чрезмерно зарегулированного деформированного рынка к рынку «дикому», где превалируют стихийные неконтролируемые силы, всевластие монополий переплетается с растущей мощностью теневой экономики, которая интегрировалась с международными мафиозными группировками, предоставляя им удобные каналы для «отмывания» грязных денег и спекулятивного взвинчивания капитала. Потерявшая реальную управляемость экономика стала настоящим Клондайком для авантюристов и аферистов, как отечественных, так и зарубежных. На заре XX века российские купцы проматывали «бешеные деньги» в карточной игре, лихо, катаясь на тройках, то сейчас они пересели в Мерседесы, увлекаются биржевой игрой, строительством роскошных особняков и приобретением недвижимости за рубежом. Но это

- переходное состояние. Оно заканчивается либо проматыванием достояния и долгой отсталостью разоренной страны, либо вложением огромных средств первоначально накопленного капитала в производство, в инновации, что станет основой возрождения экономики России [1]. Но в любом случае, переживаемый Россией период, является периодом трансформирования экономической системы от нерыночной к рыночной.

В современном развитии мирового хозяйства, рыночная экономика, является единственным механизмом реализации процессов интернационализации и глобализации, позволяющим интегрировать различные государства и их экономические системы.

Процесс глобализации мировой экономики базируется на следующих фундаментальных принципах: частная собственность; конкурентные отношения; открытость экономики; роль государства в регулировании рыночной экономики.

В геополитической конкуренции еще более усиливается значение научно-технического прогресса, способности к внедрению новых технологий. Возрастает роль человеческого фактора в организации производства. Страны, не способные обеспечить необходимый уровень образования населения, развития науки и качества информационной среды, будут обречены на углубление зависимости от внешних финансовых и информационных центров и сохранят за собой главным образом функции источника природного сырья и человеческого материала для транснациональных корпораций из развитых стран, концентрирующих глобальный интеллектуальный потенциал [2].

Рыночная экономика исторически сформировалась в целостную систему лишь в результате возникновения общественных отношений, призванных регулировать конкурентное поведение экономических субъектов и обеспечивающих и воспроизводящих гарантии свободы экономической деятельности каждому из субъектов рынка. Конкуренция и развивающиеся на ее основе конкурентные отношения являются генетическими признаками системы и до тех пор, пока в экономике воспроизводятся условия конкуренции и соответствующие ей формы и методы экономического регулирования, рыночная система может функционировать и развиваться. С исчезновением конкурентных начал перестает существовать и целостная рыночная экономика.

Литература:

1.Яковец Ю. История цивилизаций: Учебное издание. - М.: ВладДар, 1995. - сс.412-413

2.Глазьев С.Ю. О стратегии развития российской экономики - <http://www.rusotechstvo.narod.ru>

Азнабаева Г.Х., Баталова Н.Т., Шарипова В.В.
Перспективы внедрения стандартов качества
банковской деятельности в РФ

УГУЭС (г.Уфа)

Всестороннее и масштабное развитие банковской системы России предполагает не только количественный ее рост, но и качественный. А поэтому, требуется улучшить организацию и управление банковской деятельностью, повысить уровень обслуживания клиентов, формировать качественно и эффективно банковские продукты.

Побудительным мотивом роста качества работы банков, безусловно, являются требования рынка, усиливающаяся конкуренция на банковском рынке. Большую помощь банкам оказывает наличие лучших методов организации работы, обеспечение банков документами, отражающими передовой опыт организации банковской деятельности. Практическое значение для повышения качества банковской деятельности имеет разработка и применение стандартов ведения банковских процессов.

Под стандартом качества банковской деятельности понимаются установленные и принятые в качестве типовые взаимосвязанные качественные характеристики кредитной организации, требования к организации процессов, производства банковских продуктов, предназначенные для добровольного и регулярного использования кредитными организациями. Стандарты качества банковской деятельности разрабатывает Координационный комитет Ассоциации российских банков по стандартам качества банковской деятельности.

Стандарты качества банковской деятельности разрабатываются и внедряются в целях улучшения системы корпоративного управления, качественных показателей деятельности, снижения себестоимости банковских продуктов и повышения конкурентоспособности кредитных организаций РФ.

Процесс внедрения стандартов качества банковской деятельности в РФ предполагается осуществлять в три этапа.

На 1 этапе - предварительном (2005-2010 гг.) - были реализованы следующие мероприятия: разработка стандартов качества банковской деятельности по основным банковским процессам; опытное внедрение стандартов в ряде пилотных банков с привлечением заинтересованных аудиторских, консалтинговых компаний для уточнения содержания стандартов по конкретным банковским процессам, подходов к оценке соответствия деятельности кредитных организаций принятым стандартам и организации перехода кредитных организаций на более высокие уровни зрелости процессов; создание во взаимодействии с аудиторскими компаниями системы сертификации качества деятельности кредитных организаций в соответ-

ствии с принятыми стандартами; разработка рекомендаций по определению дифференцированного режима надзора в зависимости от степени ответственности кредитной организации стандартам качества банковской деятельности.

На II этапе - переходном (2011-2015 гг.) - предполагается массовое внедрение стандартов качества банковской деятельности в кредитных организациях на добровольной основе. Одновременно будет внедрена система сертификации банков на соответствие стандартам и инициировано применение Банком России методик оценки качества управления кредитными организациями на основе стандартов качества банковской деятельности.

На III этапе - завершающем (2016-2020 гг.) - в условиях глобализации конкуренции на финансовых рынках предстоит обеспечить соответствие стандартов качества банковской деятельности наилучшей мировой практике.

Для того чтобы заработал механизм рыночной дисциплины необходимо обеспечить надлежащее раскрытие информации об использовании и соблюдении банками действующих стандартов качества в своей деятельности. Таким образом стандарты, являясь признанными рыночными инструментами, оказывают существенное влияние на экономический рост, экологическую целостность и социальную справедливость, т.е. содействуют формированию трех важнейших составляющих устойчивого развития экономики.

Литература:

- 1.Исаев Р.А. Методика построения системы менеджмента качества и ее практическое применение//Управление в кредитной организации. 2009. № 1.
 - 2.Концепция стандартизации качества банковской деятельности в Российской Федерации (с изменениями от 01.07.2007)<http://www.arb.ru>.
 - 3.Крылова Г.Д. Зарубежный опыт управления качеством. М.: ЮНИТИ. 2006.
-

Шерстюкова А.В.

Теоретические основы применения барьерных опционных стратегий

СКФУ (г. Ставрополь)

Барьерные опционы (Barrier Options) представляют собой опционы, выплаты по которым зависят от достижения ценой базисного актива, произошедшего за время существования опциона. Соответствующий уровень цен может рассматриваться как триггер (триггеры представляют собой причины, по которым возникло то или иное событие, то есть как раз то, что нужно для эффективного проведения трейдинга[1]). Именно поэтому барьерные опционы часто называют триггерными опционами. [2]

За исключением такого дополнительного параметра, каким является триггер, барьерные опционы – это обычные европейские опционы (plain

vanilla). Барьерные опционы практически всегда дешевле европейских опционов соответствующей серии: они имеют одинаковый максимальный доход, однако вероятность его получения ниже в результате некоторых особенностей движения цен базовых активов.

Барьерные опционы наряду с азиатскими являются самыми популярными среди многочисленных экзотических деривативов и составляют от 10% всего объема валютных опционов на внебиржевом рынке. В отличие от других экзотических опционов, они чаще всего поставочные, нежели расчетные.

Барьерные опционы подразделяются на следующие виды:

Триггер, включающий опцион - knock-in

Триггер, выключающий опцион - Knock-out.

Каждый из них подразделяется еще на два подтипа в зависимости от движения направленности цены: «Вверх-и-в» (Up & In), «Вверх-и-из» (Up & Out), «Вниз-и-в» (Down & In), «Вниз-и-из» (Down & Out).

Все четыре варианта могут быть применимы к обоим классам барьерных опционов – Call и Put. Таким образом, возникает восемь комбинаций, которые с долей условности делятся на обратные (reverse) и нормальные (normal) триггерные опционы.

Барьерные опционы обозначаются следующим образом: [1]

0,9020 EUR Call/USD Put RKI @ 0,9125 mkt 0,9077, где:

0,9020 – страйковая цена;

EUR Call – опцион на покупку EUR против USD;

RKI – обратный опцион (Reverse Knock-In);

0,9125 – значение триггера;

mkt 0,9078 – спотовый уровень цены, определяющий действительность котировки (присутствует не всегда).

Что касается использования барьерных опционов, то простые американские и европейские опционы могут использоваться с целью формирования различных опционных стратегий, что не только существенно расширяет спектр возможностей моделирования, но также позволяет значительно снизить затраты - ведь премии барьерных опционов ниже.

Пример стратегии «Спред быка» показан на рисунке 1. Она строится покупкой более дорогого Call-опциона со страйком S1 и последующей продажей более дешевого опциона со страйком S2 (где $S2 > S1$). Дата погашения и объем совпадают. Получается кривая финансового результата, имеющая следующий вид:

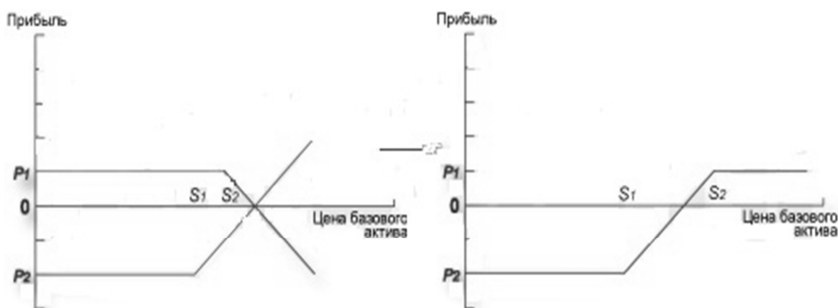


Рисунок 1 – Опционная стратегия «Спред быка» [2]

Литература:

1.Грибов, А.Ю. Деньги и ценные бумаги / А.Ю. Грибов // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.gribov.ru/>

2.[Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://forex-investor.net/>

Шилякина А.Н.

Бенчмаркинг как современный инструмент повышения конкурентоспособности

ИСОuП (ф) ДГТУ (г. Шахты)

С каждым годом развитие экономики заставляет организации искать новые инструменты повышения конкурентоспособности. Так, например, руководители советских предприятий даже не задумывались о конкуренции, о повышении эффективности, об увеличении прибыли, так как предприятие не являлось собственностью директора. Сейчас же, с переходом к рыночной экономике, политика предприятий полностью изменилась, и руководство должно думать о том, как обеспечить устойчивое и конкурентоспособное функционирование организации.

Одним из современных инструментов повышения конкурентоспособности является бенчмаркинг – это механизм сравнения показателей работы компании с показателями более успешных фирм. Руководитель Глобальной сети бенчмаркинга (Global Benchmarking Network) Роберт Кэмп дает следующее определение бенчмаркингу: это постоянный процесс изучения и оценки товаров, услуг и опыта производства самых серьезных конкурентов либо тех компаний, которые являются признанными лидерами в своих областях.

При организации и проведении бенчмаркинга можно выделить несколько этапов [1]:

1.Определение проблемы и выбор показателей для сравнения – главная задача состоит в том, чтобы сформулировать проблему, для решения которой компания обращается к опыту других фирм.

2.Выбор объекта для сравнения и сбор информации – определив проблему, нужно найти правильный объект для сравнения и произвести сбор необходимой информации.

3.Анализ информации – в результате этого анализа предприятие должно получить сведения, за счет чего образовался разрыв между этим предприятием и компанией-эталон.

4.Принятие решения – узнав причины отставания фирмы от компании-эталона, необходимо понять, как ликвидировать разрыв, и затем принять решение.

Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности вошел в арсенал управления фирмой сравнительно недавно и за достаточно короткий промежуток времени стал очень важным элементом развития бизнеса. Сегодня практически ни одна организация не может выжить, не уделяя серьезного внимания изучению сильных черт своих конкурентов и не обучаясь у лучших в своей области.

Польза бенчмаркинга состоит в том, что производственные, маркетинговые и другие функции становятся более управляемыми и результативными, когда предприятие системно исследует и внедряет лучшие организационные подходы, методы и конкурентные преимущества передовых предприятий, в том числе и не являющихся прямыми конкурентами [2].

Таким образом, любая организация может многому научиться у других компаний при помощи бенчмаркинга, а также, на основе полученных знаний, разработать собственную максимально эффективную и конкурентоспособную модель бизнеса. Поэтому я считаю, что бенчмаркинг – это действенный инструмент повышения конкурентоспособности, который в современных условиях имеет большие перспективы развития.

Литература:

1. Борисова О.М., Плюшкевичюс М.Р. Бенчмаркинг как современное направление развития бизнеса // Вестник сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2012. – №4. – С. 24-27.

2.Атаева А.У. Бенчмаркинг – все лучшее себе // Вопросы структуризации экономики. – 2012. - №2. – С. 92-93.

Стратегия диверсификации как инструмент повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятий на примере ОАО «Газпром»

Югорский государственный университет (г. Ханты-Мансийск)

Промышленные структуры нефтегазового комплекса выступают в качестве важнейшего фактора социально-экономической стабильности общества, экономической безопасности страны, как в условиях нормального функционирования экономики, так и при возникновении чрезвычайных обстоятельств. Развитие рыночных отношений диктует необходимость диверсификации производства нефтегазовых организаций.

Диверсифицированная нефтегазовая компания получает перспективу функционирования в различных сегментах рынка, с различными внешними и внутренними экономическими параметрами, например, разной оборачиваемостью финансового капитала. При определенных условиях это дает синергический эффект, когда диверсификация строится на правильно выстроенных денежных потоках от видов деятельности в пространстве и времени.

Диверсификация производства в нефтегазовом комплексе (НГК) – это одновременное развитие многих не связанных друг с другом видов производства, расширение ассортимента производимых изделий в рамках одного предприятия, концерна и т.п. Диверсификация применяется с целью повышения эффективности производства нефтегазовых организаций, получения экономической выгоды и предотвращения банкротства.

Исходя из сущности диверсификации, которая заключается в предоставлении предприятиям нефтегазовой отрасли возможности приспособиться к сложившейся конъюнктуре специализированных рынков, которые остро подвержены изменениям цен на нефть, выбор направлений развития диверсификации производства в значительной степени зависит от конъюнктуры рынка, финансового состояния и возможностей внедрения эффективных форм организации производства и сбыта.

Базовыми диверсификациями являются диверсификация за счет внешнего роста, когда создаются подразделения вне действующего нефтегазового предприятия (это может быть диверсификация путем слияния, поглощения) и диверсификация за счет внутреннего роста, когда в составе действующего нефтегазового предприятия открываются новые самостоятельные бизнес-единицы, производственные участки, цехи, а также иные производства – то есть источником роста служит внутренняя среда данного предприятия. И та, и другая диверсификации могут быть как связанными, так и несвязанными, как вертикальными (когда нефтегазовое предприятие использует часть ресурсов для образования или приобретений нового

бизнеса, которые будут поставлять необходимые материалы и сырье для него и/или будут обеспечивать рынки сбыта для его продукции), так и горизонтальными (введение новых продуктов) [2].

Вертикальная диверсификация, делится на вертикальную восходящую и вертикальную нисходящую диверсификацию (Рисунок 1).

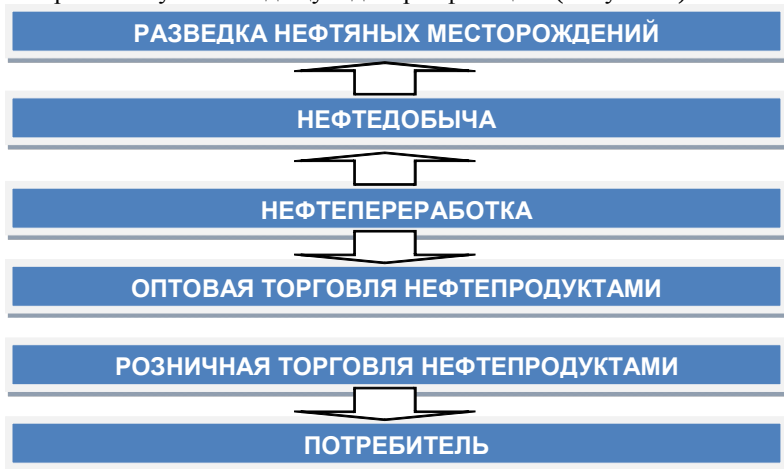


Рисунок 1. Восходящая и нисходящая вертикальная интеграция [3]

Вертикально восходящая диверсификация – ситуация, когда нефтегазовое предприятие создает сеть дочерних предприятий и стремится действовать на тех рынках, где в настоящее время приобретает свои ресурсы, при этом оно расширяет свою ценностную цепочку в направлении «вверх» – с производства сырья к производству продукта.

Вертикально нисходящая диверсификация – ситуация, когда нефтегазовое предприятие стремится действовать на рынках, обслуживаемых в настоящее время ее основными клиентами или дистрибьюторами, то есть расширение своей ценностной цепочки в направлении приобретения новых рынков и создания новых видов продукции на существующих площадях предприятия.

Стратегия диверсификации в работе рассмотрена на примере корпорации ОАО «Газпром», на который в настоящее время приходится около 20% мировой и около 85% российской добычи газа [1].

ОАО «Газпром» осуществляет диверсификацию по следующим направлениям:

- диверсификация маршрутов - «Северный поток», «Южный поток»;
- диверсификация рынков сбыта - Азиатско-Тихоокеанский регион;
- диверсификация продуктов - сжиженный природный газ;

- диверсификация направлений деятельности – электроэнергетика, добыча и переработка нефти (Рисунок 2) [1].



Рисунок 2. Направления диверсификации ОАО «Газпром»

Важным условием эффективности диверсификации, в частности, ОАО «Газпром», является необходимость реализации стратегии планомерного и управляемого роста и развития в условиях следующих ограничений: пределы роста – экзогенны (находятся вне системы), пределы развития – эндогенны (заложены в ней самой). При стремительном распространении новых технологий, инноваций, изменении потребительских качеств услуг, глобальном внедрении сетей связи в организацию деятельности хозяйствующих субъектов можно выделить два основных направления реализации стратегии динамичного роста и расширения масштабов деятельности корпоративных образований:

- использование внутренних резервов через накопление и расширение производства (внутрикорпоративная интеграция, концентрация акционерного капитала, собственных накоплений);
- использование привлеченных внешних источников путем реализации стратегии и тактики слияния и поглощения (межкорпоративная интеграция, диверсификация деятельности, перераспределение рисков).

Диверсификация создает предпосылки организационно-экономического характера для развития наиболее конкурентоспособных форм и направлений производства на данном предприятии, ведет к оптимизации и повышению конкурентоспособности бизнеса, а также к его финансовой устойчивости. Диверсификация производства становится подвижной и гибкой частью воспроизводства, что делает предприятие более чувствительным к изменениям внешней среды, чутким к восприятию новых потребностей рынка, а, следовательно, готовым к завоеванию новых сегментов рынка, отраслей, регионов.

Литература:

1. Классификация видов диверсификации и анализ возможностей их применения для нефтегазовых компаний - Сафонова Т.Ю.: «Российское предпринимательство» № 19 (217) за 2012 год, стр. 56-61.
2. Гальперин В.В. 50 лекций по микроэкономике: В 2-х т. - СПб.: Экономическая школа. 2004. Т. 1. - 624 с. Т. 2 - 776 с.
3. <http://www.gazprom.ru/> - ОАО "Газпром" - энергетическая компания

Ярошевич Е.А., Гениберг Т.В.

**Методические аспекты выбора и формирования бренд-стратегии
компании на рынке лекарственных препаратов**

НГУЭУ (г. Новосибирск)

Фармацевтический бизнес во всем мире считается одним из самых доходных [5, 6]. Ежегодные миллиардные прибыли мировых производителей лекарств свидетельствуют о том, что эта индустрия развивается весьма успешно. Крупные мировые фармацевтические компании-производители, среди них GSK (GlaxoSmithKline), Aventis, Novartis, AstraZeneca, Roche, Pfizer, Egis как правило, имеют в своем портфеле несколько известных и хорошо реализуемых брэндов, которые гарантируют постоянный рост прибыли [7]. Поэтому создание конкурентоспособного бренда — одна из приоритетных задач современных фирм [8, 3].

Основное отличие сильных брендов — четкая идентификация родового назначения, индивидуальные характеристики, набор ценностей[4]. На основании анализа известных брендов можно заключить, что каждый из них имел четко сформированную стратегию.

Чтобы новый продукт стал сильным брендом в постоянно меняющихся рыночных условиях, стратегические программы продвижения торговой марки нуждаются в новых подходах [1, 2].

Цель данной работы - Методические аспекты выбора и формирования бренд-стратегии компании на рынке лекарственных препаратов.

Объект исследования: Новосибирское представительство компании «Эгис» Венгрия.

Задачи:

1. Изучить теоретические и методологические основы формирования бренд-стратегии фармацевтической организации
2. Исследовать и оценить процесс формирования бренд-стратегии лекарственных препаратов
3. Разработать методику выбора и формирования бренд-стратегии лекарственного препарата

В основе данной работы лежит смешанный подход, который не отрицает финансовую стоимость бренда, но и признает важность и ценность воздействия на потребителя.

Основным моментом в разработке стратегии является выбор целевой аудитории, на которую «нацелен» бренд. Также необходимо решить на какое критически важное понимание будет опираться бренд, чтобы сделать продукт значимым для клиентов.

Разработка бренд-стратегии продвижения препарата проводится поэтапно:

1) Систематизация и анализ информации о емкости рынка, целевой аудитории, конкурентах, проблемной области.

2) Формализация бренд-стратегии продвижения фармацевтической услуги.

3) Реализация и оперативная корректировка бренд-стратегии продвижения.

На формирование и реализацию бренд-стратегии на фармацевтическом рынке оказывают влияние: объем рынка; российская система здравоохранения; индивидуальность продуктового портфеля участников рынка в контексте его адаптации к отечественным реалиям; соотношение стратегических и тактических интересов конкретных субъектов рынка и вытекающие из этого цели и задачи менеджмента; уровень благосостояния и дохода плательщиков (как государства, так и конечных потребителей лекарственных средств); географическая разбросанность и неоднородность нашей страны.

В формирование бренда включается формулировка его цели, преимуществ, ассоциаций с потребностями потребителя, товарной отличительности, а также создание или обновление логотипа, знака, действующего героя, графического дизайна. Примечательны также способы постановки товара: поставить ударение на каком-то преимуществе товара (например, Egis – Супрастин-от аллергии №1).

Для того чтобы грамотно управлять брендом, также необходим его глубокий мониторинг. Понимание состояния торговой марки, прослеживание прогресса, осведомленность во мнении потребителя подскажет, отвечает ли бренд целям, ради которых создан. Целесообразно делать такую проверку ежегодно.

Список литературы:

1. Дуэйн Нэп. Политика бренда. Пер. с англ. СПб.: ИД «ВЕСЬ», 2003. 384 с.
2. Микки С. Смит, Е.М. Коласса, Грег Перкинс, Брюс Сикер. Фармацевтический маркетинг: Принципы, среда, практика. Пер. с англ. М., 2005. 392 с.
3. Музыкант В.Л.. Формирование брэнда средствами PR и рекламы М.: Экономика, 2006. 608 стр.
4. Муромкина И. Особенности использования брендинга на российском потребительском рынке / И. Муромкина, Е. Евтушенко // Маркетинг.- 2000.- № 1.- С. 69 –75.
5. Мэтт Хейг. Выдающиеся бренды: Пер. с англ.- Ростов на Дону.: «Феникс», 2006. 386 с.
6. Траут Дж. Большие бренды – большие проблемы. СПб.: Питер, 2005.- 255 с.
7. Центр маркетинговых исследований «Фармэксперт». Российский фармацевтический рынок. Аналитический обзор 2005 г.
8. Фармацевтический рынок России: итоги 2008 года. DSM Group. URL: <http://www.dsm.ru/marketnews/84209.04.2009>. (дата обращения: 28.01.2010).

Секция «Государственное и правовое регулирование»

Бажанов Н.Н.

Федеральный университет как субъект образовательных правоотношений

Южный федеральный университет (г. Таганрог)

Одним из основных направлений приоритетного национального проекта «Образование» в области высшего профессионального образования является формирование сети национальных университетов и бизнес-школ. Государство проявляет реальную поддержку и заинтересованность, так как образование всегда было и остается важнейшей составляющей системы национальной безопасности. Однако на начальном этапе решение проблемы реформирования высшей школы свелось по образному выражению министра финансов России А.Силуанова «к заливанию проблемы деньгами». Создание федеральных университетов явилось первым шагом структурной реформы, когда пришло понимание того, что в рамках сложившейся образовательной системы и существующего образовательного законодательства перейти на инновационное образование просто невозможно.

Одним из принципиально важных шагов в государственной образовательной политике является современное законодотворчество, которое проявилось в разработке и принятии ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [1]. При этом в п.2 ст.24 "федеральный университет" и "национальный исследовательский университет" выделены в специальную категорию субъектов образовательных правоотношений. Как известно, образовательные учреждения (а теперь организации) относятся к институциональным субъектами образовательных правоотношений и специфика их правового статуса определяется их правосубъектностью. Особенность правосубъектности федеральных университетов проявляется, например, в возможности учреждения малых предприятий для реализации инновационных проектов, в разработке и внедрении собственных образовательных стандартов на основе модернизации учебных планов с учетом требований работодателей и программ развития регионов. Подобное содержание правоспособности связано (по мнению законодателей) с повышенной, по сравнению с обычными вузами, степенью академических свобод и ответственностью перед обществом. Важной особенностью федеральных вузов является требование лидерства при формировании механизмов и системы государственно-общественной и общественно-профессиональной аккредитации. По мнению Е.А.Князева «новые практикоориентированные образовательные методики и технологии не укладываются в существующие образовательные стандарты. Глобальной задачей ставилось переформатирование образовательных технологий и методик, включение в них научно-

производственной компоненты». С учетом изложенного, особенность правосубъектности Южного федерального университета проявляется, например, в поиске нетрадиционной структуры образовательной организации: частичный отказ от системы факультетов, достаточно свободное введение академий и институтов в структуру федерального университета и другие инновационные структурные решения, необходимые для выполнения Программы развития, основные параметры которой утверждены Правительством РФ. Таким образом, расширенная правосубъектность ЮФУ является необходимым условием существования инновационного федерального университета.

Литература:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации".

2. Бажанов Н.Н. Статус факультета в российском и украинском образовательном законодательстве//«Практика и перспективы развития партнерства в сфере высшей школы»: Материалы четырнадцатого международного научно-практического семинара. г.Донецк, 15-18 апреля 2013 г. В 3-х томах. Т.1-Донецк: ДонНТУ, 2013.- 189 с.

3. Бажанов Н.Н. Правовое регулирование деятельности институционального субъекта образовательных правоотношений// Сборник статей Международной научно-практической конференции. 10 апреля 2014 г. Часть 1. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. - (С.185-187).

Барина Е. Я.

Проблемы совершенствования правового регулирования в сфере туризма

ИГБТ РУДН (г. Москва)

Процесс формирования российского законодательства в области туризма находится в начальной стадии и в настоящее время требует совершенствования. Основываясь на положениях ч. 4 ст. 15 Конституции РФ государством предпринимаются меры по приведению законодательства в соответствие с общепринятыми международно-правовыми нормами, основываясь на положениях ч. 4 ст. 15 Конституции РФ. В сфере туризма этот процесс сопряжен также со стремлением нашего государства войти во Всемирную Торговую Организацию на правах равного члена.

Отраслевое законодательство в нашей стране начало развиваться в 1996 году, когда был принят Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (далее Закон об основах). С момента принятия данный Закон неоднократно изменялся и дополнялся, в настоящее время в стадии разработки находится новый Закон «О туризме», целью которого является устранение имеющихся пробелов в отраслевом законодательстве. Наиболее значимые редакции Закона об основах

были приняты в 2007 и 2012 годах. В частности, в связи с принятием поправок в 2007 году для осуществления турагентской деятельности не требовалось оформление лицензии, что фактически исключило турагентов из правового поля и ликвидировало лицензионный порог вхождения в бизнес. Редакция 2012 года ввела обязательные финансовые гарантии для организаций, осуществляющих туроператорскую деятельность, оставив турагентскую деятельность за рамками правового регулирования.

Деятельность туроператоров регламентирована законодательством достаточно эффективно, однако несовершенство нормативно-правового регулирования деятельности основных розничных продавцов турпродуктов – турагентов безусловно сдерживает успешное развитие туризма в нашей стране. Для определения правового статуса турагента необходимо определить природу и сущность турагентской деятельности. Закон не дает определения турагента. Концептуально турагентская деятельность определена как деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемую юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагентом). Под продвижением турпродукта понимается комплекс мер, направленных на реализацию турпродукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и др.). Реализация турпродукта это – деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации турпродукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором.

Статьей 1 Закона об основах определено понятие туристского продукта как комплекса услуг по перевозке и размещению, оказываемого за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта. Исходя из данных определений понятий турагентской деятельности и турпродукта, не вытекает право турагента на осуществление деятельности по реализации отдельных туристских услуг, что значительно сужает определенные Законом об основах рамки турагентского бизнеса. Вместе с тем, турагент не является субъектом гражданских правоотношений со специальной правоспособностью. Он может иметь права и обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных законом, нести ответственность за определенные результаты такой деятельности. Исходя из ст.ст. 23 и 49 ГК РФ турагент обладает общей правоспособностью, что дает ему право на осуществление как турагентской, так и любой другой деятельности за исключением запрещенных ее видов, а также тех, которые могут осуществляться только на основании специального разрешения (лицензии).

В связи с вышеизложенным в новой редакции Закона «О туризме» следует дать следующее определение: турагент – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие на основе заключенных договоров коммерческую деятельность по продвижению и реализации комплекса туристских услуг (комплексной туристской услуги, турпродукта), сформированного туроператором, а также деятельность по реализации дополнительных услуг, не входящих в указанный комплекс (рекламных, страховых, информационно-консультационных, паспортно-визовых и т.д.).

В абзаце 6 ст. 9 Закона об основах указывается, что продвижение и реализация туристского продукта турагентом осуществляются на основании договора, заключаемого между ним и туроператором. Турагент осуществляет продвижение и реализацию туристского продукта от имени и по поручению туроператора, а в случаях, предусмотренных договором, заключаемым между туроператором и турагентом, – от своего имени. То есть в норме Закона об основах закрепляются две схемы работы туроператоров с турагентами. Однако современная практика турагентской деятельности предполагает существование не двух, а, как минимум, четырех схем взаимодействия турагентов с туроператорами и исполнителями услуг:

- работа по схеме "названный принципал" – продажа агентом турпродукта от имени и по поручению туроператора, который несет всю ответственность перед туристами за нарушение условий договора;
- работа по схеме "указанный принципал" – продажа турпродукта агентом по поручению туроператора, но от своего имени, при этом ответственность за оказание всех услуг несет туроператор, независимо от того, от чьего имени заключен договор о реализации турпродукта;
- работа по схеме "турорганизатор" – продажа турагентом отдельных составляющих турпродукт услуг (без его формирования) путем приобретения этих услуг через системы бронирования или у контрагентов;
- работа по схеме "турброкер" – покупка у туроператора турпродукта или туристских услуг с последующей их перепродажей туристам или турагентам (преимущественно в высокий сезон).

В статьях 10 и 10.1 Закона об основах определяются особенности реализации туристского продукта туроператорами и турагентами, указывается на то, что между туристами и турагентами заключается договор о реализации туристского продукта, приводятся его существенные условия. Договор о реализации турпродукта, заключаемый между туристом и турагентом, должен помимо основной информации включать сведения: о турагенте (наименование и адрес); туроператоре, сформировавшем тур (наименование, адрес, его гарантии, членство в объединении, реестровый номер); потребительских свойствах турпродукта; возможности туриста обращаться с требованием возмещения ущерба непосредственно к организации, предо-

ставившей туроператору финансовое обеспечение. Турагент взаимодействует с туроператором на основе ряда договоров (договор поручения, договор коммерческой концессии, договор комиссии, агентский договор). Наиболее распространенным вариантом отношений туроператоров и турагентов является агентирование с обязательным заключением агентского договора. В соответствии с пунктом 1 ст. 1005 ГК РФ по агентскому договору одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала (в этом случае договор близок к договору комиссии) либо от имени и за счет принципала (в этом случае договор близок к договору поручения). По сделке, совершенной агентом с третьим лицом от своего имени и за счет принципала, приобретает права и становится обязанным агент, хотя бы принципал и был назван в сделке или вступил с третьим лицом в непосредственные отношения по исполнению сделки.

Исходя из буквального толкования данных норм, при заключении турагентом договора о реализации туристского продукта с туристом ответственность за оказание всех услуг, входящих в турпродукт, возлагается на турагента, что прямо противоречит ст.9 Закона об основах.

Вместе с тем, в соответствии с п. 4 ст. 1005 ГК РФ Законом могут быть предусмотрены особенности отдельных видов агентского договора. Действующим Законом об основах не предусмотрены особенности агентского договора между туроператором и турагентом, что зачастую порождает различный подход к вопросу об ответственности турагента при рассмотрении судами дел по искам туристов о ненадлежащем исполнении услуг по договору о реализации туристского продукта. Данную проблему можно решить путем включения в разрабатываемый Закон «О туризме» четкого определения понятия агентского договора между туроператором и турагентом с указанием на распределение ответственности между сторонами.

Подводя итог, следует отметить, что при подготовке нового Закона «О туризме» необходимо решить следующие проблемы, связанные с ведением турагентской деятельности путем: а) введения инструментов регулирования турагентской деятельности, в т.ч. обязательных условий для ведения этой деятельности; б) определения в Законе понятия и особенностей агентского договора между туроператором и турагентом; в) определения ответственности турагента только за нарушения, связанные с заключением договора о реализации турпродукта (непредоставление информации или ненадлежащее информирование туристов о потребительских свойствах турпродукта).

Внесение указанных положений в новый Закон «О туризме» будут направлены на совершенствование положения турагентов на рынке ту-

ристских услуг и в целом будут способствовать не только успешному ведению турагентского бизнеса, но и защите прав туристов.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации.
 2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
 3. Федеральный закон от 24.11.1996 года № 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации".
-

Белогруд И.Н.

Необходимость постепенного снижения доли государства в экономике

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)

1. Одним из важнейших вопросов совершенствования управления развитием экономики является определение оптимального соотношения между государственным сектором экономики и негосударственными образованиями. На сегодняшний день в сфере экономики, напрямую связанную с бюджетом, работает почти половина трудоспособного населения.

В число работающих «на государство» входят [1]:

- чиновники – 1.1 млн.;
- офисные работники в госучреждениях – 1 млн.;
- полиция и другие силовые ведомства (без ВС) – 2 млн.;
- армия – 1 млн. ;
- врачи, учителя и воспитатели – 2,8 млн.;
- работники предприятий с полным или частичным госучастием – 25,8 млн.

Для сравнения: в США доля работников, зависящих от бюджета, не превышает 20%.

Таким образом, в России именно государство является основным работодателем.

2. В последнее время все более настойчиво выявляется тенденция, направленная на сокращение бюджетных расходов. Например, по словам министра финансов Антона Силуанова государство больше не может покрывать расходы на социальные расходы и содержание госслужащих.

За последние десять лет расходы всех бюджетов на отрасли социальной сферы, государственного и муниципального управления выросли в реальном выражении, то есть с учетом инфляции, в два с половиной раза. [2]

3. По мнению В.В. Путина, хотя мировой кризис и добавил аргументов сторонникам государственного управления, наша экономическая политика должна корректироваться в сторону снижения масштабов государственного регулирования, замены регламентации на рыночные механизмы.[3]

Одним из наиболее эффективных путей совершенствования управления экономическими процессами может являться постепенная замена ад-

министративного контроля на страхование ответственности во всех сферах деятельности.

Другим направлением является сокращение присутствия крупнейших предприятий и банков с доминирующим участием государства в капитале других хозяйствующих субъектов. Необходимо ограничить приобретение госкомпаниями новых активов. [3]

Таким образом, должна создаваться обстановка, способствующая развитию частного бизнеса в большинстве отраслей экономики.

Литература:

- 1.Евгений Арсухин Зачем России 33 миллиона бюджетников и чиновников? 14 февраля 2013.//КР.RU
- 2.Евгений Беляков Число чиновников и бюджетников в России будет снижаться. Экономика. 6 октября 2013.
- 3.Владимир Путин Нам нужна новая экономика. Для Ведомостей. 30.01.2012.

Бирюкова Д.А.

Проблема защиты прав несовершеннолетних детей

БГАУ (г. Уфа)

В наши дни существует множество социальных проблем. Одной из таких проблем является проблема защиты прав несовершеннолетних детей. К сожалению, сейчас очень сильно ущемляются права детей.

В данной работе хотелось бы выделить ущемление прав детей - сирот.

Сироты являются наиболее уязвимой категорией детей. Права детей – сироты и детей, оставшиеся без попечения родителей часто бывают нарушены. После того, как они выпускаются из детского дома, у них нет ничего и ничего, поэтому им не к кому можно было бы обратиться за помощью. Единственные кто им может помочь это органы опеки и попечительства. Они должны заботиться о них и защищать по мере возможности. Поэтому данная тема является очень актуальной.

Согласно официальным данным, на сегодняшний день численность детей - сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, составляет 654355 детей. Это очень значительная цифра. Но есть и положительные моменты. По официальной статистике, число детей, оставшихся без попечения родителей, уменьшилось на 0,13 % [1].

Наиболее распространенными и характерными нарушениями прав детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, являются нарушения их жилищных прав — ненадлежащая сохранность жилых помещений, закрепление за детьми помещений, находящихся в собственности других лиц, длительное непредоставление жилых помещений после выпуска из учреждений.

Принимаемые органами местного самоуправления меры по сохранению жилья детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, недостаточно эффективны. Как правило, в таком жилье к моменту выпуска

ребенка из сиротского учреждения невозможно жить, потому что оно находится в ненадлежащем состоянии, либо в нем проживают их родители, которые лишены родительских прав [1].

Существуют множество законов и подзаконных актов, которые регулируют права детей. Например:

– Федеральный закон от 21 декабря 1996 г. N 159-ФЗ "О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей" (с изменениями от 25 ноября 2013 года) [2];

– Приказ Министерства образования Республики Башкортостан от 15 марта 2013 г. N 421 "Об утверждении формы списка детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, которые подлежат обеспечению жилыми помещениями и порядка внесения в него изменений" [3].

Таким образом, можно сказать, что существует проблема, которая нуждается в решении. Этого можно достичь только с помощью повышения эффективности деятельности органов опеки и попечительства, потому что именно они несут ответственность за безопасность и сохранность детей. Но, как мы видим, существует ряд документов, по которым у детей – сирот есть права, и они могут надеяться на свое государство.

Литература:

1.Профилактика социального сиротства в России [/Электронный ресурс] / Режим доступа: www.sirotsstvo.ru

2. Федеральный закон от 21 декабря 1996 г. N 159-ФЗ "О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей" [/Электронный ресурс]/ Режим доступа: www.base.garant.ru

3. Приказ Министерства образования Республики Башкортостан от 15 марта 2013 г. N 421 "Об утверждении формы списка детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, которые подлежат обеспечению жилыми помещениями и порядка внесения в него изменений" [/Электронный ресурс]/ Режим доступа: www.base.garant.ru

Бойко Н.Н.

Природоохранные полномочия органов местного самоуправления

*Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВПО «БашГУ»
(г.Стерлитамак, Республика Башкортостан)*

Формирование благоприятных экологических условий на местном уровне является одним из критериев реализации конституционного права человека, предусмотренного международными документами (ст. 11 Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах от 16 декабря 1966 г.).

В процессе реализации природоохранной деятельности органами местного самоуправления на территории муниципального образования

может быть обеспечение благоприятного качества окружающей среды, что является важным условием для достойной жизнедеятельности человека. Осуществление таковых возможностей ориентировано на сохранение и восстановление окружающей природной среды, благоприятной для проживания населения, предотвращение и уменьшение отрицательного воздействия коммерческой и другой деятельности на окружающую среду и обеспечение компенсации причиняемого экологического ущерба. Совокупность природоохранной компетенции, осуществление которых происходит в организованных формах, дает основание говорить о наличии у органов местного самоуправления самостоятельной и достаточно широкой функции охраны окружающей среды.

Природоохранные полномочия органов местного самоуправления можно разделить на общие и специальные. Общие полномочия реализовываются в целях защиты и охраны экологических интересов населения при ведении на территории муниципального образования любой деятельности, оказывающей большое влияние на состояние окружающей среды (управление муниципальной собственностью, правотворческие, бюджетные и другие полномочия). Природоохранным полномочием специального характера может считаться, например, принятие и организация выполнения местных экологических программ. Программа местного самоуправления в сфере природопользования и охраны окружающей природной среды представляет собой политический и инвестиционный документ, устанавливающий политику местного самоуправления в указанной сфере, а также организационные мероприятия, обеспечивающие ее реализацию.

Задачи охраны окружающей среды могут достигаться еще в процессе решения органами местного самоуправления земельных и градостроительных вопросов местного значения (при утверждении схем территориального планирования муниципальных районов, генеральных планов поселений и городских округов, документации по планировке территории, правил землепользования и застройки городов).

С точки зрения воздействия на экологическую ситуацию более важным из числа включенных в муниципальную компетенцию представляются сферы обращения с отходами, охраны городских лесов и иных зеленых насаждений, образования особо охраняемых природных территорий.

В рамках реализации управленческих полномочий органов местного самоуправления реализуется и муниципальный экологический контроль, однако только по вопросам организации сбора, вывоза, утилизации и переработки бытовых и промышленных отходов, благоустройства и озеленения территорий, использования, охраны, защиты, воспроизводства городских лесов. Контрольно-инспекционные полномочия органов местного самоуправления по этим вопросам могут быть урегулированы правовыми актами местного самоуправления. Однако, как показывает практика мун

ципального нормотворчества, при этом не всегда соблюдаются пределы собственной компетенции.

Таким образом, природоохранные полномочия органов местного самоуправления ориентированы на сохранение и восстановление окружающей природной среды, предотвращение и уменьшение отрицательного воздействия хозяйственной и другой деятельности на окружающую среду, обеспечение сочетания и согласования экологических и финансовых интересов населения муниципального образования, а также на создание гарантированную реализацию и защиту права человека на благоприятную окружающую среду.

Vaselovskaya A.V.

Property tax: a comparative legal review of foreign law

Tomsk state university (Tomsk)

A property tax is a levy on property that the owner is required to pay. Traditionally, property tax applies to local taxes. As a rule, the tax is levied by the governing authority of the jurisdiction in which the property is located.

In legal science there are four broad types of property: land, improvements to land (immovable man-made objects, such as buildings), personal property (movable man-made objects), and intangible property. Real property (also called real estate or realty) means the combination of land and improvements. In world practice, property tax means that the object of the tax is usually only real estate.

Real property is often taxed based on its classification. Classification is the grouping of properties based on similar use. Properties in different classes are taxed at different rates. Examples of different classes of property are residential, commercial, industrial, vacant real property and so on. For example, in some countries property tax rates are lower for residential property versus commercial property.

Different countries have different legal regulation of property tax. That is why it is interesting to analyze foreign tax law and reveal specificity in the regulation of property tax in different countries and different law systems.

In the United States, property tax on real estate is usually levied by local government, at the municipal or county level. Rates vary across the states, between about 0.2% and 4% of the home value. The assessment is made up of two components—the improvement or building value, and the land or site value. The property tax is the main tax supporting local education, police, fire protection, local governments, some free medical services, and most of other local infrastructure.

In Republic of Ireland a Local Property Tax came into effect on 1 July 2013, and now is collected by the Revenue Commissioners. The object of the tax is residential properties. The revenue raised is used to fund the provision of services by local authorities. Such services currently include public parks; li-

bareries; open spaces and leisure amenities; planning and development; fire and emergency services; maintenance and cleaning of streets; and street lighting.

The tax is based upon the market value of the property, taxed via a system of market bands. The initial national central rate of the tax is 0.18% of a property's value up to €1 million, and in the case of properties valued over €1 million, 0.25% on the balance. From 1 January 2015, local authorities will be able to vary local property tax rates +/- 15% of the national central rate.

Many provinces in Canada levy property tax on real estate based upon the current use and value of the land. This is the major source of revenue for most municipal governments in Canada. While property tax levels vary among municipalities in a province there is usually common property assessment or valuation criteria laid out in provincial legislation. There is a trend to use a market value standard for valuation purposes in most provinces with varying revaluation cycles. A number of provinces have established an annual reassessment cycle where market activity warrants while others have longer periods between valuation periods. In some cases (e.g., commercial, industrial, multi-residential properties), the Province or municipality may implement measures that affect the actual taxes paid on a property.

So, in many countries property tax is the main source of income of local budgets. In the Russian Federation, income from property tax are not so effective. That is why today it is necessary to study foreign experience and to develop projects of reforms of the national tax system.

Данилова Т.И., Денисова С.О.

Важнейшие показатели социально-экономического развития России

ЧОУ ВПО «Московский банковский институт»

Изменения в экономике, связанные с современным системным кризисом, сопровождались сокращением объемов промышленного производства, падением жизненного уровня значительной части населения, критическим снижением эффективности национальной экономики. Эти явления отмечались практически на всем экономическом пространстве России. Неустойчивость стала характерной чертой состояния регионов страны.

По уровню развития ВРП в 2011 г. среди 96 регионов мира первые три места в России занимали Тюменская (31 место в мире) и Сахалинская (33 место) области, Москва (39 место).

Первые два региона страны получают основной прирост ВРП за счет добычи нефти и газа. В течение последующих двух лет и в начале 2014 г. эти регионы не показали значительного роста. Так, ВРП Сахалинской области в 2013 г. 638,7 млрд рублей, что на 0,7% ниже показателя 2012 г.

Лидером по ВРП была и остается Москва. На жителей столицы приходится почти 20% всех денежных доходов россиян. ВРП столицы к 2016

году должен составить \$45 тысяч на душу населения. Это сопоставимо с развитыми странами мира, где ВРП на душу населения составляет 40-60 тысяч долларов, а в столицах и финансовых центрах этих стран в 2-3 раза больше среднего по стране. Например, в Канаде, ВРП на душу населения составляет порядка 40 тысяч долларов, в Норвегии — \$47 тыс.

Хорошие показатели у столицы и в сравнении со средними показателями городов России. Например, средняя продолжительность жизни в Москве составила 76 лет против 70 по стране, а показатели инвестирования в основной капитал выросли на 9,2%, тогда как в среднем в России упали на 0,3%. По продуктивности экономики Москва близка к Южной Корее, Израилу и Саудовской Аравии. Следующими самыми богатыми регионами являются Санкт-Петербург, Ханты-Мансийский автономный округ — Югра, Тюменская и Московская области.

Показатель ВРП Тюменской области по-прежнему в 32 раза выше, чем у аутсайдера — Ингушетии. Чечня и Ингушетия, замыкающие рейтинг, сопоставимы с бедными странами африканского континента.

Заработная плата в среднем по стране достигла по итогам 2013 года 29,9 тыс. руб. в месяц, или около 916 долл. (в 6 раз ниже, чем в Норвегии и почти в 5 раз — чем в США). Разброс зарплат по регионам довольно велик. Аутсайдерами по этому показателю, как и в предыдущие несколько лет, остаются республики Северного Кавказа и регионы Нечерноземья.

Самые высокую среднемесячную заработную плату 61 600 рублей получают жители Ямало-Ненецкого автономного округа, 50 000±1 000 рублей — в Москве, Ненецком, Ханты-Мансийском и Чукотском федеральных округах. Самая низкая средняя зарплата по России в 2013 году (15 700 руб.) отмечена в Северокавказском федеральном округе.

Предсказуемым лидером по экономическому потенциалу на душу населения в России оказался Ненецкий округ - \$91,8 тыс. Молодой нефтедобывающий регион (3,6% от общероссийской добычи) насчитывает всего 42,8 тыс. жителей. По производству продукта на душу населения округ занял третье место в мире, пропустив вперед Катар и Люксембург.

Самыми отсталыми субъектов РФ к 2011 году остались только два региона - республики Тыва и Калмыкия. Для сравнения, в 2002-м таких регионов было более 75%, в 2005 году - более трети.

Одним из важнейших показателей уровня развития региона является индекс человеческого развития (ИЧР), который рассчитывается как среднеарифметическая сумма значений трех компонентов: индекса долголетия, индекса образования (состоящего из индекса грамотности с весом в 2/3 и индекса охвата обучением с весом 1/3) и индекса дохода.

Российский офис Программы развития Организации объединенных наций (ПРООН) представил доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2013 г. Первые три места в рейтинге

по ИЧР в РФ занимают Москва, Санкт-Петербург и Тюменская область, затем следует Сахалинская область. Быстрее всего рос ИЧР Сахалинской области за счет добычи нефти и газа [3].

В условиях продолжающегося кризиса для регионов России оптимальной является смешанная стратегия развития, с элементами стратегии лидерства в некоторых сегментах, которые имеют (или могут быть быстро созданы) конкурентные преимущества, с реализацией догоняющей стратегии в большинстве секторов экономики и промышленности, параллельно с восстановлением [1].

Вокруг ядра добывающей промышленности в регионах необходимо создавать предприятия по производству продукции высоких переделов, что обеспечит конкурентоспособность отечественной продукции [2].

Значительные успехи в получении углеводородных продуктов высокого передела получены в Сахалинской области, где в 2009 г. в рамках проекта «Сахалин – 2» был введен в эксплуатацию первый в России завод по производству сжиженного природного газа (СПГ), и активно осуществляются поставки российского СПГ зарубежным потребителям.

Не менее значимые результаты в глубокой переработке углеводородного сырья достигнуты в Тюменской области. В г. Тобольск построен крупнейший в мире завод по производству полипропилена, который введен в эксплуатацию в октябре 2013 г. Россия превратилась из импортера в экспортера базовых марок полипропилена. Пуск комплекса также играет важную роль в вовлечении в глубокую переработку продуктов утилизации попутного нефтяного газа. Это является стимулом к развитию перерабатывающих производств, что, в свою очередь, будет способствовать дальнейшему увеличению потребления полимеров в различных секторах экономики: автомобильной промышленности, строительной отрасли, ЖКХ. Кроме того, в 2013 г. в области открылся сталеплавильный завод компании «УГМК-Сталь» и крупный Антипинский нефтеперерабатывающий завод, на котором получают продукты качества «Евро-5».

К июлю 2014 г. будет разработана федеральная целевая программа по социально-экономическому развитию нового Крымского федерального округа до 2020 г. Кроме того, под будущую свободную экономическую зону в Крыму правительство создаст госкорпорацию. Развитие республики Крым и города Севастополя стало государственным приоритетом.

В 2013 году доля социальных расходов достигла почти двух третей всех расходов. В результате растёт дефицит бюджетов, регионы все больше залезают в долги, рушится стабильность бюджетной системы субъектов.

Стагнация и уровень роста экономики в 1,3% по итогам 2013 г. неспособны обеспечить динамичное экономическое развитие регионов и страны в целом, а лишь позволяют удерживать сложившуюся социально-

экономическую ситуацию на текущем уровне. Совокупный доход бюджетов регионов увеличился в 2013 году на 1,7% в абсолютном выражении, расходы - на 6%. Только шесть регионов полностью покрыли свои расходы за счет доходов. Основная причина сокращения бюджетных доходов регионов - снижение поступлений по налогу на прибыль, которые снизились на 13,1%. Такое торможение темпов роста может быть допустимым лишь на очень непродолжительное время.

Библиографический список

1. Данилова Т.И. Возможности посткризисного восстановления национальной экономики. // Сборник докладов Междунар. межвуз. научно-практической конф. «Виттевские чтения - 2012» - М.: ЧОУ ВПО МБИ, 2011. – С. 298.
 2. Денисова С.О. Проблемы безопасности в реальном секторе экономики. // Сборник докладов Междунар. межвуз. научно-практической конф. «Виттевские чтения - 2013» - М.: ЧОУ ВПО МБИ, 2013. – С. 189.
 3. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/06/17/6014>.
-

Иванова Н.А.

Влияние опричнины на формирование и становление государственной службы

АНО ВПО «МБИ» (г. Санкт-Петербург)

Аннотация: рассмотрены отдельные вопросы влияния опричнины на формирование централизованного российского государства и некоторые правовые и государственные аспекты формирования гражданского общества.

Ключевые слова: гражданское общество, государственная служба история опричнины, правовое и государственное регулирование.

The influence of oprichnina to forming a government service.

Ivanova N. A., ANO HPE «МБИ».

Annotation: examined the questions of the influence of oprichnina to forming a centralized Russian state and government service. Also, examined some legal aspects of forming a civil society.

Keywords: civil society, government service, history of oprichnina, regulatory management.

На современном этапе развития российской государственности особое внимание привлекает бюрократизация государственного управления, что является препятствием на пути создания правового демократического государства. Развитие нормативно-правовой базы о государственной службе вводит новые элементы: модельный этический кодекс, типовой кодекс этики и служебного поведения, типовой регламент внутренней организации федеральных органов исполнительной власти, административные регламенты исполнения государственных функций и предоставления

государственных услуг [1-5], что позволит реализовать гражданам демократические права и свободы, установленные Конституцией РФ, и достигнуть общественного согласия. В процессе диалога власти и общества должны возникнуть разумные компромиссы в общественной и политической жизни, где свободные граждане, знающие и историю своей страны с уверенностью смотрят в будущее. Это достигается только при наличии уважения национальных, культурных, религиозных особенностей и традиций, в том числе различных политических взглядов при уважении достоинства человеческой личности.

В 1994 году был подписан Договор общественного согласия, который включал следующие разделы:

- I. Достижение политической стабильности в обществе.
- II. Преодоление социально-экономического кризиса.
- III. Упрочение федеративного устройства.
- IV. Национальные отношения.
- V. Безопасность гражданина и общества.
- VI. Нравственность, наука, образование и культура.
- VII. О реализации настоящего Договора.
- VIII. Ответственность Сторон, подписавших настоящий Договор.
- IX. Процедура подписания Договора.
- X. Срок действия Договора и условия присоединения новых Сторон.
- XI. Заключительные положения.

Бюрократизация государственного управления в период усиления централизации (XVI век) в России и влияние опричнины на общественно-политический процесс во второй половине XVI века привели к укреплению приказного строя, что отразилось на основных тенденциях развития российской государственности.

Переход к опричному правлению был обусловлен объективными противоречиями, которые не получили своего разрешения. Так, например, сохранялись черты удельной независимости в бывших удельных княжествах, поэтому они являлись мощными форпостами децентрализованного управления в стране. Период трансформации княжеских уделов продолжался до середины XVI века, при этом отношения монарха и боярской аристократии были неупорядоченными и неурегулированными. Политическая децентрализация сохранялась в удельном княжении Владимира Старичьего, в Великом Новгороде и т.д. Военная политика, проводимая государем требовала увеличения войска, и заставляла государство систематически подчинять интересы производителей служилого класса, поэтому введение опричнины было вызвано потребностью поиска средств для военных нужд. Это было реакцией царя - самодержца на развитие сословно - представительных тенденций в обществе и явило попытку путем применения репрессивных мер пресечь «своеволие сословий» и направить весь

сословный организм на путь государственного служения. Преобразования, направленные на борьбу с пережитками удельной старины проводились слишком быстро и нетерпеливо и обрекли власть на применение методов насилия и террора. Опричнина включала в себя не только Боярскую думу, бояр, окольных, думных дворян, дьяков, а также основные приказы: Разряд, Ямской, Дворец, Казну. Отсутствовал только особый Посольский приказ, потому что опричнину от чужеземцев скрывали, при этом опричная Боярская дума выступала ведущим органом новой политической системы и управляла делами государства. Важнейшие вопросы взаимоотношений с иностранными государствами, в том числе вопросы войны и мира, решала опричная дипломатия. При этом не стоит преувеличивать антибоярскую направленность опричной политики. Во-первых, опричнина широко распространялась на территорию с развитым поместным землевладением. Во - вторых, вотчинное землевладение благополучно пережило опричнину. В- третьих, русское боярство в целом стояло за государственную централизацию и объединение страны. В - четвертых, по своему социальному составу опричники фактически не отличались от земских служилых людей. Основные кадры для войск опричников поставляли московские дворяне «тысячники». В составе руководителей не было большой разницы: родовитые опричники были «прослоены» худородными. После 1572 г. Иван Грозный, желая полного подчинения родовой знати, окончательно передал всю земщину под власть опричников. Российская государственность окончательно повернула на самодержавный путь развития, тем самым обеспечив победу самодержавных начал над началами сословного представительства. Объектами земельных конфискации, жертвами «земельного террора» по-прежнему становились землевладельцы всех категорий и прослоек. Опричная политика придавала новые импульсы крепостительному процессу, помогая утвердиться в России крепостному праву. Единоличным носителем государственной власти, ее главой стал московский великий государь, в руках которого сосредоточилась вся полнота власти законодательной, исполнительной и судебной, так как все правительственные действия совершались и по его именным указам [6].

Стремясь регулировать действия различных органов власти и охранять население от их злоупотреблений правительство опиралось на Судебники 1497 и 1550 гг., а также издавала от имени государя множество частных «уставных грамот», «наказов» и разного рода инструкций и предписаний.

Существенное значение для понимания закономерностей развития Российской государственности в переломный период отечественной истории конца XV- XVI веков может иметь знание основ формирования государственной службы. В конце XV века Русь наконец освободилась от ордынского ига и великорусская народность сплотилась затем в централизо-

ванное государство. Несмотря на войны, внутренние конфликты, оккупацию части страны Россия сумела отстоять свой суверенитет и значительно расширила свою государственную территорию. Политическая система России представляла собой самодержавную монархию, состоявшую из аристократической Боярской думы, Всесловных земских соборов, принимавших участие в государственном управлении. Сочетание этих элементов государственности характеризовалось неустойчивостью, власть постоянно перераспределялась между автократией, аристократией, теократией, плутократией, при неизменном росте силы и влиянии автократии, что и привело к созданию военно – служилого государства, где социальная принадлежность определялась не правами, а обязанностями подданных московского государя. Слабостью гражданского общества обуславливалась как специфика сословно-представительной монархии так и возникающего на ее основе абсолютизма [7].

Литература:

1. Модельный кодекс поведения для государственных служащих (приложение к Рекомендации Комитета министров Совета Европы от 11.05. 2000 г. № К(2000) 10 о кодексах поведения для государственных служащих).

2. Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих Российской Федерации и муниципальных служащих (одобрен решением президиума Совета при Президенте РФ по противодействию коррупции от 23.12. 2010 г. (протокол № 21)).

3. Постановление Правительства РФ от 28.07.2005 № 452 (ред .от 27.03.2013) « О Типовом регламенте внутренней организации федеральных органов исполнительной власти».

4. Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.01.2014).

5. Постановление Правительства РФ от 16.05.2011 № 373 (ред. от 23.01.2014) «О разработке и утверждении административных регламентов исполнения государственных функций и административных регламентов предоставления государственных услуг» (вместе с «Правилами разработки и утверждения административных регламентов исполнения государственных функций», «Правилами разработки и утверждения административных регламентов предоставления государственных услуг», «Правилами проведения экспертизы проектов административных регламентов предоставления государственных услуг»).

6. Иванова Н.А. Формирование основ государственной службы России во второй половине XV- XVI вв.: автореферат. дисс. к.и.н./ Н.А. Иванова - Санкт – Петербург,-2002. – 24 с.

7. Иванова Н.А. Государственная служба в России. //Бюл. "Бухгалтерский учет. Налоги. Право". Вып.29. СПб: Пресс Атташе, 1996.

Применение 3D технологий в расследовании преступлений

НГТУ (г. Новосибирск)

В связи с тем, что человек стремится запечатлеть мир таким, каким он его видит, в силу бинокулярности его зрения, и активным внедрением стереоскопических 3D технологий в различные сферы деятельности, целесообразно их рассмотреть и в расследовании преступлений.

3D компьютерные графические модели создаются путем обхвата миллионов точек данных реальной среды [1], обеспечивают визуализацию помещений, создают реалистичную цветную картину, точную и наглядную демонстрацию траектории движения объекта исследования, позволяют наглядно продемонстрировать то, что было видно с любой точки обзора.

В целях получения объективной информации целесообразно использовать 3D-сканирование мест преступления, а также реконструкцию событий преступлений, особенно при расследовании преступлений, связанных с дорожно-транспортными происшествиями, в результате которых люди получили травмы, увечья или которые привели к летальному исходу.

При обнаружении неопознанного трупа возникает задача по установлению его личности, но ввиду малой информативности, особенно на первоначальном этапе расследования, возникает потребность к использованию различных средств, таких как осмотр трупа, судебно-медицинская экспертиза, опрос граждан, проверка по учетам и др.

М.М. Герасимов разработал метод антропологической реконструкции лица по черепу путем добавления в маску пластиковых или скульптурных масс определенной толщины, установленной эмпирическим путем [2, с. 109]. Данный метод является научно обоснованным и позволяет использовать полученные результаты в идентификационных целях.

По мнению Р.С. Белкина, маски, выполненные в процессе следственных действий, имеют значение производных вещественных доказательств и могут быть использованы для отождествления личности [3, с. 157].

Применение трехмерных технологий, позволяет решить поставленные задачи перед криминалистами, путем их использования при проведении портретной экспертизы по установлению личности неопознанного трупа намного быстрее и точнее, а также при проведении розыскных мероприятий по составлению и использованию фоторобота. Изменяя параметры созданной математической модели головы человека, можно получить практически любой тип лица и головы человека, в том числе и личности несовершеннолетнего, отождествление которого проводится по элементам внешности [4, с. 53], что затруднено при составлении портрета обычным способом, ввиду отсутствия соответствующих элементов внешности.

Применение 3D технологий в дактилоскопии, позволяет зафиксировать рельеф гребней папиллярных линий, отображающих как длину и ширину, так и высоту частных признаков папиллярных узоров, обеспечивая криминалистов дополнительным качественным признаком, что существенно скажется на результатах дактилоскопической экспертизы по установлению лица по следам пальцев рук.

Таким образом, использование 3D технологий в российском судебном процессе актуально и возможно при соблюдении условий, предъявляемым к доказательствам в процессуальном праве.

Литература:

1. Середович, В.А. Наземное лазерное сканирование: монография / В.А. Середович, А.В. Комиссаров, Д.В. Комиссаров, Т.А. Широкова. – Новосибирск: СГГА, 2009. – 261 с.

2. Герасимов, М.М. Восстановление лица по черепу // Современный и ископаемый человек. - М. : Изд-во АН СССР, 1955. - 585 с.

3. Аверьянова, Т. В., Белкин, Р. С., Корухов, Ю. Г., Россинская, Е. Р. Криминалистика: учебник для вузов / под ред. Р. С. Белкина. – М.: НОРМА, 2013. – 990 с.

4. Коровин, Н.К. Особенности криминалистической идентификации несовершеннолетних. Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2014. № 5.

УДК: 347.9

Кушарова М.П.

**О некоторых вопросах эффективности правосудия
по гражданским делам**

НГУЭУ (г. Новосибирск)

Кушарова Маргарита Прокопьевна, к.ю.н., доцент ВАК,

Доцент кафедры Гражданского права и процесса, Института Международных отношений и права; Новосибирского Государственного Университета Экономики и Управления.

Kusharova Margarita, Ph.D. Associate Professor of WAC, Associate professor of GLP Novosibirsk State University of Economics and Management

В Российском гражданском обществе и в юридической литературе активно обсуждаются вопросы эффективности правосудия по гражданским делами и способов совершенствования судебной системы, а так же возможного применения альтернативных способов разрешения споров в условиях «неэффективного» государственного судоустройства.

До сих пор не осуществляется оценка эффективности действующих норм процессуального права, которая позволила бы выявить проблемные вопросы совершенствования процессуального законодательства и способствовала бы его эффективности. Можно согласиться с теми оценками административно-правового регулирования, в которых признаётся низкий

уровень научного обоснования, и, как результат – невысокая эффективность. Соответственно механизм государственно- правового регулирования нуждается в углублённом изучении его содержания и роли в сфере правосудия по гражданским делам и развития процессуальных отношений.

Основываясь на личном многолетнем опыте работы в качестве практикующего юриста и исследуя развитие двух ветвей судебной власти за период со времени создания системы арбитражных судов, т. е. более чем за 20 лет, можно говорить о том, что на фоне стремительного создания, развития и совершенствования арбитражной системы оказалось невозможным выявить хоть какие-либо позитивные изменения в системе общих судов. Представляется, что попытка изменения структуры системы общих судов и введения апелляции себя не оправдывает, так как она (апелляция) превратилась скорее в кассационную инстанцию, и одновременно кассационная инстанция, по своей сущности, превратилась в надзорную инстанцию.

В настоящее время Законом Российской Федерации от 06.02.2014

№ 2-ФКЗ внесены поправки в Конституцию РФ, на основании которых объединяются Верховный и Высший Арбитражный суды и предусмотрено формирование Верховного Суда Российской Федерации как единого высшего судебного органа по гражданским, уголовным, административным делам, по разрешению экономических споров и по иным делам, подсудным судам, образованным в соответствии с федеральным конституционным законом. Новый Верховный Суд Российской Федерации призван также осуществлять надзор за деятельностью федеральных судов и давать разъяснения по вопросам судебной практики.

Сегодня вопрос о том, нужно ли объединять суды, похоже, уже не стоит, на обсуждении- вопрос о том, как сделать это более эффективно.

При условии последовательного и вдумчивого формирования единого суда перспективы его создания представляются оптимистичными. Никто не будет спорить с тем, что суд, способный вырабатывать единые для всей страны подходы к применению и толкованию правовых норм, будет способствовать росту престижа российского судопроизводства не только внутри страны, но и на мировой арене. И всё же, целесообразность объединения судов двух высших судебных инстанций вызывает некоторые сомнения в связи с тем, что судебная практика не усматривает существенных доводов в обоснование таких преобразований судебной системы. Заверения инициаторов такого нововведения о том, что все ограничится только слиянием этих двух высших судов, не вызывают оптимизма, так как в судебной системе должны произойти серьёзные изменения, поскольку нельзя привести к единому знаменателю две системы, которые на сегодня разделены не только различным процессуальным регулированием, но и принципиально разным подходом к организации судопроизводства.

В рамках настоящей статьи невозможно рассмотреть накопившиеся проблемы российского гражданского судопроизводства, мы рассматриваем лишь некоторые пробелы гражданского процессуального законодательства, которые создают правовую неопределённость, а порой и несправедливость, которая отражается на людях. Несмотря на то, что на сегодняшний день в ГПК РФ внесено более 40 изменений, они не разрешают концептуальных проблем, как в то время в арбитражном процессуальном законодательстве они на наш взгляд успешно разрешены и законодательно урегулированы. Следствием этого является недостаточная эффективность правовых норм, регламентирующих вопросы судопроизводства, отсутствие реальных гарантий обеспечения прав и обязанностей лиц, участвующих в деле, а также на доступ к информации, что в свою очередь обуславливает необходимость системного исследования проблем правового регулирования указанной сферы общественных отношений, а именно по поводу отправления правосудия и получения и распространения такой информации.

Одна из проблем, содержится в ст.ст.15-21 ГПК РФ, разрешающих вопросы отвода судей и порядок их разрешения, что в конечном итоге приводит к вопросам доверия к правосудию.

Второй проблемой представляется отсутствие в гражданском процессе нормы, регуливающей перерыв в судебном заседании. Исходя из принципа непрерывности судебного процесса и смысла ст.157,196,199 ГПК РФ и др.норм, фактический перерыв в судебном заседании имеет место быть, тогда как законодательное регулирование отсутствует и создает значительные неопределённости в процедуре судебного разбирательства, в отличие от ст.163 АПК РФ., где даётся понятие перерыва и чёткое его законодательное урегулирование.

К третьей проблеме можно отнести правила ст.ст.214,227 ГПК РФ, которые лишают участников судебного разбирательства возможности своевременного обжалования, поскольку судебные постановления высылаются только тем лицам, которые не присутствовали в судебном заседании. Тем же, кто присутствовал в судебном заседании и заслушивал резолютивную часть, законодатель по неясным причинам не счёл нужным высылать мотивированное судебное решение. Вот и получается, что формально суд не обязан направлять лицам, участвующим в деле судебные акты, в то время как на слух обжаловать любое, даже короткое судебное постановление невозможно, это во- первых, а во- вторых, во всех вышестоящих судебных инстанциях требуется прикладывать при обжаловании судебные постановления.

Вышесказанное не означает, что система арбитражных судов совершенна и не нуждается в изменениях, однако не представляется возмож-

ным использовать какие-либо позитивные новации из системы судов общей юрисдикции.

Важным условием повышения эффективности правосудия по гражданским делам должно служить наличие действенного процессуального механизма, в полной мере отвечающего международным стандартам. Правильность при рассмотрении и разрешении дела предполагает точное и неуклонное выполнение судом при рассмотрении и разрешении дела требований процессуального и материального права. Считается общепризнанным, что отступление от этих требований приводит к судебной ошибке, что несовместимо с эффективным судопроизводством. В итоге, не все так просто, поскольку действующий Гражданский процессуальный кодекс РФ имеет кроме обозначенных в настоящей статье проблем, еще массу пробелов и противоречий, и пока его редакция не отвечает насущным потребностям правоприменителей, и не разрешает всех задач по правильно-му и своевременному рассмотрению и разрешению дел и не совпадает с конечными целями судопроизводства, основной из которых является защита нарушенных прав или оспариваемых законных интересов.

Хотелось бы надеяться, что настоящей статьёй затронуты действительно актуальные проблемы гражданского судопроизводства и она вызовет на дискуссию не только учёных-процессуалистов, а что особенно важно, юристов, занимающихся практической деятельностью

Личак П.Ю.

Сущность социально ориентированных некоммерческих организаций и поддержки, оказываемой им органами власти

НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург)

Социально ориентированными признаются такие некоммерческие организации, которые осуществляют на практике закрепленные уставными документами виды деятельности, предусмотренные федеральным законодательством и способствующие решению социальных проблем и развитию гражданского общества в России.

Претендующие на государственную или муниципальную поддержку социально ориентированные некоммерческие организации (СО НКО) должны реализовывать следующие виды деятельности: социальная поддержка населения, подготовка граждан к преодолению последствий стихийных бедствий, охрана природы и объектов культурного наследия, безвозмездное либо льготное оказание юридической помощи гражданам и некоммерческим организациям, профилактика социально опасных форм поведения, благотворительность, поддержка добровольчества, деятельность в области образования и просвещения, науки, культуры, здравоохранения и пропаганды здорового образа жизни, а также содействие духовному развитию личности [1].

Кроме того, регионы РФ и муниципалитеты своими нормативными правовыми актами могут самостоятельно устанавливать иные виды деятельности СО НКО, имеющих право на поддержку за счет средств региональных и местных бюджетов [2].

Формы поддержки СО НКО определены статьей 31.3 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 21.02.2014) «О некоммерческих организациях». Органы федеральной, региональной и местной власти наделены полномочиями по предоставлению финансовой, имущественной, информационной, консультационной поддержки социально ориентированным НКО, поддержки в области повышения квалификации сотрудников организаций, льгот по уплате налогов и сборов. Вместе с тем, законом предусмотрены такие формы поддержки, как размещение у СО НКО заказов на поставку товаров и оказание услуг для государственных и муниципальных нужд.

Финансовая поддержка предоставляется СО НКО в форме субсидий за счет бюджетов соответствующих уровней. Основной принцип данного вида поддержки – ее конкурсная основа, что должно исключать коррупционную составляющую.

Однако, как отмечается в исследовании международной организации «Transparency International», в ряде регионов России были зафиксированы факты проявления коррупции, а также выявлены признаки конфликта интересов при распределении конкурсных субсидий среди СО НКО в 2011 году [3].

Вместе с тем, новые тенденции в развитии антикоррупционного законодательства и антикоррупционной экспертизы [4] позволяют надеяться на минимизацию возможности повторения подобных инцидентов в будущем.

Литература:

1. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 21.02.2014) «О некоммерческих организациях».
 2. Социально ориентированные НКО: методические (информационные) материалы для органов власти и местного самоуправления [Текст] / В. Вайнер, О. Дроздова, В. Муравьева и др. – М., 2011. – С. 11.
 3. Мониторинг распределения государственных средств, выделяемых на поддержку социально-ориентированных некоммерческих организаций [Текст] / Г. Дьячков, К. Коник, И. Ниненко и др. – М. : Трансперенси Интернешнл – Р, 2012. – 29 с.
 4. Ларченко, Л.В. Экономико-правовые механизмы противодействия коррупции в сфере государственного заказа [Текст] / Л.В. Ларченко, В.Б. Гуляева // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 42 (231). – С. 2-10.
-

Личак П.Ю.

**Социально ориентированные некоммерческие организации
как поставщики социальных услуг**

НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург)

На сегодняшний день основными субъектами предоставления социальных услуг гражданам являются государственные органы и учреждения. Вместе с тем, наблюдается тенденция расширения участия коммерческих организаций и третьего сектора экономики в социальной защите населения.

Речь идет о социальной ответственности бизнеса, социальном предпринимательстве и социально ориентированных некоммерческих организациях (СО НКО). СО НКО интересны для рассмотрения тем, что предоставление ими социальных услуг закреплено законодательно, а механизм их участия в реализации социальной политики в достаточной степени отработан во многих регионах России.

На рынке социальных услуг некоммерческие организации оказывают зачастую гораздо мобильнее, нежели государственные учреждения, подведомственные органам власти.

По оценкам экспертов НИУ ВШЭ, в 2012 году для 80% российских СО НКО деятельность по оказанию социальных услуг являлась основной. Аналогичный показатель (82%) характерен и для СО НКО, действующих в Санкт-Петербурге [1].

Чаще всего некоммерческие организации России оказывают такие виды социальных услуг, как проведение занятий с детьми в кружках, секциях и студиях, социально-психологические и социально-правовые услуги, а также услуги в области образования. Несколько иная ситуация наблюдается в Санкт-Петербурге: наиболее часто СО НКО предоставляют благополучателям услуги по организации детских занятий в кружках и студиях, социально-психологические, социально-реабилитационные, и социально-экономические услуги [1].

Наряду с явными достоинствами, можно выделить ряд недостатков НКО как поставщиков социальных услуг. К ним можно отнести характерную для НКО текучку кадров (что выливается в том числе в неустойчивость по сравнению с госсектором), отсутствие административного ресурса, неготовность к конкуренции и отсутствие в настоящее время механизмов оценки качества услуг, предоставляемых подобными организациями [2].

Следует признать, что с течением времени вызовы, стоящие перед социальной политикой, становятся все серьезнее. В целях достижения краткосрочного эффекта может быть проведено увеличение финансирования государственных учреждений, оказывающих социальные услуги. Но лучше отказаться от достижения краткосрочных целей, если они не отвечают

долгосрочным интересам [3] (повышение доступности соцуслуг), и сосредоточиться на совершенствовании мер поддержки СО НКО, поставляющих населению социальные услуги.

Литература:

1. Пахомова, Е.И. Социально ориентированные некоммерческие организации Санкт-Петербурга на рынке социальных услуг [Текст] / Е.И. Пахомова // Негосударственные некоммерческие организации в Санкт-Петербурге: 2012. – СПб. : ЦРНО, 2012. – С. 40-41.

2. НКО как поставщики социальных услуг: некоторые результаты исследования // [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.zircon.ru/upload/iblock/d04/PR_19-11-13_NKO_postavshiki_socuslug.pdf

3. Ларченко, Л.В. Разграничение прав собственности на земельные ресурсы в контексте перехода России к устойчивому развитию [Текст] / Л.В. Ларченко // Известия Российского Государственного Педагогического Университета им. А.И. Герцена. – 2011. – № 140. – С. 78.

Магзянова Е.Р.

Совершенствование деятельности сотрудников в уголовно-исполнительных инспекциях

БГАУ (г. Уфа)

Актуальность исследования темы обусловлена тем, что кадровое обеспечение службы исполнения уголовных наказаний без изоляции осужденных от общества требует кардинального изменения. Основными проблемами на сегодняшний день является нехватка квалифицированных специалистов, неблагоприятные условия труда, а также низкая заработная плата.

Согласно данным Госкомстата в России насчитывается по состоянию на 1 января 2014 года 2459 уголовно-исполнительных инспекций, в которых на учёте состоят 752 700 человек, осужденных условно или к отбыванию наказаний, не связанных с изоляцией их от общества. Штатная численность работников уголовно-исполнительной системы составляет 300 тыс. человек, в том числе имеющих специальные звания сотрудников уголовно-исполнительной системы - 250 тыс. человек. В ряде регионов нагрузка на одного сотрудника УИИ достигает порядка 150-200 осужденных, что нередко снижает эффективность деятельности УИИ и не позволяет достигать целей наказаний, не связанных с изоляцией осужденного от общества [2].

Специалисты Минюста России провели социологический опрос среди сотрудников УИИ. В ходе опроса, выяснилось, что уровень материально-технической базы своей деятельности сотрудники УИИ считают не удовлетворительным (80%), ссылаясь на нехватку достаточного количества оргтехники [3].

Складывающаяся напряженная обстановка не может длиться вечно. В настоящее время роль лиц работающих в сфере уголовно исполнительной системе государства нашей страны имеют немаловажное значение, так как от их эффективной деятельности зависит, как скоро мы ликвидируем число криминальных правонарушений. В связи с этим была принята концепция развития уголовно-исполнительной системы Российской Федерации до 2020 года [1]. А именно, в рамках кадрового обеспечения работников уголовно-исполнительной системы предполагается:

- определение нормативов штатной численности работников исправительных учреждений;
- установление оптимальной нагрузки на работников уголовно-исполнительной системы;
- широкое применение практики материального и морального стимулирования работников уголовно-исполнительной системы;
- разработка и реализация комплекса мер, направленных на обеспечение безопасности службы и создание рабочих мест, оснащенных современными техническими и телекоммуникационными средствами;

В свою очередь это позволит существенно снизить нарастающее напряжение работников в сфере УИИ, а также повысить уровень эффективности деятельности направленной на достижение целей наказания и минимизацию негативных социальных последствий, связанных с изоляцией осужденных от общества. Другой вопрос, в том, что требования законодательства в нашей стране необходимо соблюдать и нести ответственность за их невыполнение. В противном случае положительного результата можно и не добиться.

Литература:

1. Концепция развития уголовно-исполнительной системы Российской Федерации до 2020 год: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 14 октября 2010 г. N 1772-р // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://government.ru/>

2. Официальный сайт: Госкомстат, Росстат и государственные службы статистики РФ // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://statistika.ru/>

3. Официальный сайт Минюста России // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://minjust.ru/>

Научное издание

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ**

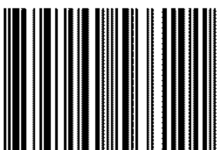
СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

по материалам
Международной научно-практической конференции
5 мая 2014
Часть III

ISBN 978-5-906353-97-9



9 785906 353979
ISBN 978-5-9905661-0-1



9 785990 566101

Подписано в печать 5.06.2014. Формат 60x84 1/16.
Гарнитура Times. Печ. л.10,0
Тираж 500 экз. Заказ № 084
Отпечатано в цифровой типографии «Буки Веди»