

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.И.ЛЕНИНА»



СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА

**VIII МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ И
МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ**

«ЭНЕРГИЯ – 2013»

ИВАНОВО, 23-25 апреля 2013 г.

МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИИ

ТОМ 6

УДК 330.1
ББК 65.2

СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА // Материалы VIII Международной научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Энергия-2013». Том 6. – Иваново.: ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет», 2013. – 260 с.

Представленные в сборнике тезисы студентов, аспирантов и молодых ученых факультета экономики и управления Ивановского государственного энергетического университета отражают основные направления научной деятельности кафедр в области менеджмента, маркетинга и инноваций, экономики и предпринимательства, мировой экономики.

Сборник предназначен для студентов, аспирантов, докторантов, молодых ученых и преподавателей вузов, интересующихся вопросами перспективного инновационного развития современной экономической науки.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Председатель оргкомитета: **ТЮТИКОВ В.В.**, проректор по научной работе.

Зам. председателя: Макаров А.В., начальник управления НИРС и ТМ.

Члены научного комитета: Плетников С.Б. – декан ТЭФ; Андрианов С.Г. – декан ИФФ; Сорокин А.Ф. – декан ЭЭФ; Егоров В.Н. – декан ЭМФ; Кокин В.М. – декан ИВТФ; Карякин А.М. – декан ФЭУ; Гофман А.В. – рук. МС РНК СИГРЭ; Попель О.С. – заведующий лабораторией ОИВТ РАН; Ключкова Н.В. – председатель СМУС ИГЭУ.

Координационная группа: Смирнов Н.Н., Иванова О.Е., Можжухина В.В., Маршалов Е.Д., Ильченко А.Г., Шуина Е.А., Филатова Г.А.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 31 МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ИННОВАЦИИ

Александина К.Э., Мустафаева Ф.В. Способы мотивации менеджеров по продажам	3
Барков Е.В. Значение классической школы управления в современном мире	6
Беляева Е.Е. К вопросу о взаимосвязи интеллектуального капитала и потенциала организации	7
Большакова Е.С. Инновации в маркетинге. Бенчмаркинг	11
Буланкина А.М. Особенности кредитования малого бизнеса в Российской Федерации	14
Васильева О.М. Влияние строительно-отделочных материалов на качество воздушной среды объектов жилищного строительства	16
Васюнина А.О. Управление интеллектуальным капиталом как важнейшее условие развития компании	20
Галиев А.А. Особенности рекламного продвижения коммерческих сайтов	24
Галиев А.А. Проблемы доверия в современной интернет-коммерции	26
Галкина К.В., Гвоздева А.Д. Коучинг как перспективная методика достижения успеха.	29
Головцов Д.С. Ребрендинг в сфере пассажирских авиаперевозок	31
Гришин А.Л. Принципы управления предприятием (на примере ОАО «НИАЭП»)	34
Гусева С.Е. Учебная мотивация. Мотивация деятельности современного студента	37
Евсеев П.Н. Исследование иностранной практики энергосбережения с позиций концепции заинтересованных групп	42
Еловиков А.С. Влияние инновационного подхода на развитие предприятия (на примере ОАО «АВТОВАЗ»)	46
Забродина С.Д. Особенности внедрения процессного подхода на российских предприятиях	48
Зайко К.В. Оценка инвестиционной привлекательности регионов СФО	52
Иванов И.В. Подготовка ценового предложения для заключения контрактов на строительство объектов энергетики с применением инструментария теории игр	54
Иванов К.И. Оценка нормативных значений финансовых коэффициентов для образовательных организаций	63
Иванова О.Е. Развитие инновационной инфраструктуры как условие повышения конкурентоспособности регионов РФ	67
Кавин А.В. Культура маркетинга. Маркетинг культуры	69
Кириенко А.С. Патентная система налогообложения: плюсы и минусы	72
Кирсанов Д.Е. Использование Элтвильской модели применительно к строительству плавучей АТЭС «Академик Ломоносов»	75

Кудряшов В.С. Влияние кадрового менеджмента на эффективность работы предприятия.	77
Кулумбегов М.М. Интернет-магазин аниме-продукции «ОТАКУ»	79
Кулькова Д.Ю. Инновационная активность регионов РФ	81
Ларина И.Ю. К вопросу о концепции инновационного развития вузовской среды	83
Лунина А.В. Особенности создания текстов для интернет-рекламы	88
Лямин Б.М. Необходимость внедрения интегрированных систем менеджмента качества в АПК республики Марий Эл	90
Мазунова П.А., Иванов Д.В. Перспективы инновационного развития энергетики республики Беларусь	98
Маркелова А.П. Инновационная инфраструктура поддержки малого предпринимательства в РФ	101
Морозов А.В. Роль современных технологий в управлении отходами в России	105
Нурмагомедова Б.А. Внедрение патентной системы налогообложения в Российской Федерации	108
Орлов А.А. Повышение эффективности деятельности персонала АЭС	111
Петровская Е.В. Особенности бизнес-планирования в России	112
Плошкина Ю.П. Сравнительный обзор зарубежных методик бизнес-планирования	114
Поляков П.А. Оценка инновационного потенциала организации	118
Ржанова А.Р., Хорохорина К.О. Бренд: значение и актуальность в современных условиях	121
Рубцова А.А. Особенности развития индустриальных парков в Ивановской области.	122
Сизых Т.А. Сохранение и развитие традиционного хозяйства коренных малочисленных народов Севера (на примере республики Саха (Якутия))	126
Смирнов С.О. Влияние маркетинга на ценности человека	130
Соколова Я.С. Сетевой маркетинг: миф или реальная работа?	132
Спорышева А.В., Оранова А.В. Интернет как канал маркетинга	135
Суворова Д.А. Вирусный маркетинг	137
Татакин А.В. Метод кейсов и тайм-менеджмент в атомной промышленности	139
Чернов О.В. Инновации в туристическом бизнесе	142
Четверикова А.Ф. Энергосервисный контракт как механизм повышения энергоэффективности экономики РФ	144
Шапина О.С., Громова Ю.Н. Эмоции в мотивации персонала	148
Шенин Ю.С. Инновационные методы организации включения газовых турбин на АЭС	151
Шибнева Е.В. Специфика мотивации научной работы студентов	153
Шишова А.С. Налоговое планирование: миф и реальность	156
Шмелева Н.А., Зайцева А.С. Эффективность менеджмента организации	160

Секция 32

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Вдович Е.П. Организация рынка мощности за рубежом	163
Губа К.А. Повышение эффективности логистической системы предприятия.	166
Жарикова Е.В. Определение платы за технологическое присоединение	170
Жукова А.А., Колибаба С.В. Проблемы перекрестного субсидирования в энергетике России	172
Жукова А.А., Колибаба С.В. Экономические последствия ликвидации договоров «последней мили»	175
Зайко К.В. Привлечение инвестиций в предприятия электросетевого комплекса методом RAB-регулирования	178
Камышников В.С. Источники финансового обеспечения инвестиций энергетического предприятия (опыт главного управления ОАО «ТГК-2» по Ярославской области)	181
Колесникова Е.В. Особенности формирования себестоимости по передаче электрической энергии	185
Колесникова Е.В., Вдович Е.П. Актуальные проблемы рынка мощности в России	187
Колибаба С.В. Формирование тарифов на тепловую энергию	190
Кольцова Ю.А. Особенности расчета нормативного запаса топлива на электростанции	193
Луценко И.В. Организация системы энергосбережения в главном управлении ОАО «ТГК-2» по Ярославской области	194
Наумов Е.И. Реализация мероприятий по повышению энергетической эффективности посредством энергосервисных контрактов	196
Никифорова Д.В., Дмитриева С.О., Гудкова Е.Е. Инновационная активность петротермальной технологии	199
Никифорова Д.В., Дмитриева С.О., Гудкова Е.Е. Источники финансирования проектов по альтернативной энергетике	203
Шарафиева Г.А. RAB-регулирование как способ привлечения инвестиций для развития распределительного сетевого комплекса	207

Секция 33

ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Ашмарина Н. Экономическое состояние России на 2012 год	212
Бакова А.А. Глобальная проблема сохранения мира и пути её решения в современном мире	218
Власов Н. Потребительская корзина в Российской Федерации	222
Готовцева Т.П. Государственный долг России: цифры и факты	224
Замыслов И.Д. Изучение причин и исследование уровня безработицы в Ивановской области	228

Красовская К.А. Глобальная демографическая проблема	231
Лебедева О.А. О необходимости формирования и организации инновационной сферы в теплоснабжении региона	233
Матренушкина О.А. Причины появления и пути решения глобальной экологической проблемы	237
Петрунина А.А. Причины обострения и направления решения мировой проблемы продовольственной безопасности в современных условиях	243
Смирнова С.Л. Глобальная ресурсная проблема современности: сущность, причины, последствия	248
Смирнова Ю. Современные глобальные проблемы мировой экономики: общая характеристика	250
Титова Е.А. Глобальные проблемы и особенности их проявления в современной России	253

СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА

Материалы Международной научно-технической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
«Энергия-2013»

Компьютерная верстка О.Е. Ивановой

Лицензия ИД №05285 от 4 июля 2001 г.
Подписано в печать Формат 60/84¹/₁₆
Печать офсетная. Усл. печ. л.
Тираж экз. Заказ №

ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический
университет имени В.И. Ленина»
153003, г. Иваново, ул. Рабфаковская, д. 34

Отпечатано в УИУНЛ ИГЭУ

СЕКЦИЯ 31 МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ИННОВАЦИИ

*Председатель – зав. кафедрой менеджмента
и маркетинга, к.э.н., проф. Ю.Ф. БИТЕРЯКОВ
Секретарь – к.э.н., доц. О.Е. ИВАНОВА*

Алексанина К.Э., Мустафаева Ф.В., студ.;
рук. Голубков В.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)

СПОСОБЫ МОТИВАЦИИ МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПРОДАЖАМ

Если на фирме неэффективные менеджеры по продажам, то ситуацию не исправят ни отличное стратегическое планирование, ни отсутствие ошибок в маркетинге, ни уникальное производство.

Одна крупная продажа способна принести более половины месячной прибыли всей компании. Таким образом, ориентация на корпоративных клиентов приводит к тому, что действия менеджеров по продажам во многом определяют успех бизнеса.

Но как создать условия, которые бы стимулировали менеджеров по продажам работать с полной отдачей? Эффективная схема мотивации должна быть очень гибкой, ее следует периодически пересматривать, поскольку профессионализм продавцов, характер и объем их работы со временем меняются.

В современном мире существует несколько схем мотивации, которые применяются к менеджерам по продажам. В некоторых привязка делается к объему продаж, который выражается разными способами, в других, основой является прибыль, как валовая, так и чистая. Существует также множество способов объединения этих схем и вариантов их взаимодействия. Выбор схемы мотивации должен осуществляться с учетом принципов продаж. Если схема выбрана неправильно, то менеджер может утратить интерес к своей работе, либо даже нанести вред предприятию. Ответственным же в этом случае является руководитель, который подобрал неправильную схему. Правильная мотивация должна быть выверенной и прозрачной.

В нашем случае будут рассмотрены 3 основные схемы мотивации менеджеров по продажам.

Самая популярная на сегодняшний день схема – это процент с продаж. Это один из самых древних способов награды продавцов, который дошел до наших дней, подтвердив свою полезность и надежность. Способ простой, с одной оговоркой – справедливость размера процента определяется не только руководителем, но и менеджерами. Его размер должен быть установлен руководителем обоснованно. Причем основание должно быть понятно менеджерами по продажам и приниматься ими, как справедливое. Пока руководитель не добьется такого признания, начинать реализацию этой схемы опасно. Сразу появится отдельный бизнес продавцов внутри бизнеса. Придется усиливать контроль, тратить время и нервы на разборки с подчиненными. В результате – напряженная обстановка, недоверие, сплетни и заговоры, а главное, падение продаж. Причем относительно малого бизнеса – затраты времени и нервов будут большими.

Такой вид мотивации менеджеров по продажам, как процент от продаж гибкий инструмент и поэтому его можно изменять, опять же, обоснованно и всегда стараться добиваться признания его справедливым менеджерами. Суть справедливого вознаграждения заключается в том, что мотивация сотрудника, который уверен, что его вознаграждают несправедливо, снижается, зачастую довольно сильно, а мотивация сотрудника, который уверен, что ему платят справедливо или даже больше, чем он того заслуживает, увеличивается (причем значительно, если он думает, что платят больше).

Следующий метод мотивации менеджеров по продажам – это конкуренция с другими менеджерами. Нужно устроить внутри коллектива соревнования и сыграть на честолюбии менеджеров. Конечно, приз должен быть не только символическим (не все менеджеры так уж честолюбивы), но и материально ощутимым. Такая гонка поможет Вам как руководителю увидеть слабые и сильные стороны Ваших сотрудников, а также лучше понять их потребности. В дальнейшем эта информация поможет выбирать методы стимулирования для отдельных сотрудников. В этом методе возможны варианты. Либо менеджеры играют каждый сам за себя, либо собираются в команды, либо кто-то может вообще быть один (самый талантливый) против всех.

Также существует нетрадиционный метод мотивации менеджеров по продажам – это метод с учетом их KPI. KPI (Key Performance Indicators) – это показатель, поддающийся количественному измерению и считающийся наиболее важным для оценки эффективности деятельности фирмы, отдела или сотрудника.

Сущность схемы мотивации, основанной на KPI.

Необходимо выделить цели, которые должен достигать сотрудник за месяц, например:

1. Не потерять ни одного клиента (программа лояльности).
2. Отсутствие снижения выплат по клиентам.
3. Увеличить объем закупок клиента.
4. Отсутствие клиентской задолженности.

За достижение этих целей платится премия, т.е. премия делится на составляющие. Причем премия за достижение конкретной цели, также может варьироваться.

Если, например, менеджер в этом месяце принес больше на 10%, тогда премия за увеличение оборота 5 тыс. рублей. Если на 15%, тогда – 15 тыс. руб. и т.д. Т.е. зарплата сотрудника выглядит так: оклад + премия¹ + премия² + премия³ + премия⁴. В таком случае, компания платит менеджеру по работе с клиентами за результат, нужный бизнесу. В то же время, КРП не должно быть включать 5 целей, иначе схема оплаты труда становится менее прозрачной, из-за большого количества составляющих.

Мотивация менеджеров по продажам – задача непростая. И уж точно – она не базируется только на денежном эквиваленте. К этому вопросу необходимо подходить комплексно, потому что, несмотря на опыт и квалификацию, менеджер по продажам в первую очередь остается человеком. И мотивация должна быть построена на основных стремлениях менеджера по продажам к самореализации и достойной жизни для себя и своих близких - родителей, семьи и т.п. Именно поэтому к построению удачной системы мотивации необходимо отнестись очень ответственно, и для разработки использовать не только теорию, но и привлекать прибылеобразующее звено компании - менеджеров по продажам и их непосредственных руководителей. Только тогда можно быть уверенным, что система мотивации будет работать эффективно и на результат.

Библиографический список

1. **Цветаев В.М.** Управление персоналом. СПб: Питер, 2002.
2. **Эггерт М.** Мотивация. Что заставляет выкладываться на работе. М: ГИППО, 2010.
3. I Business [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://i-business.ru>.
4. Менеджмент в России и за рубежом [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mevriz.ru/>

*Барков Е.В., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЗНАЧЕНИЕ КЛАССИЧЕСКОЙ ШКОЛЫ УПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Классическая школа имеет огромное значение в настоящее время. Многие принципы управления строятся на основе теории А. Файоля. Их можно применять в любой области производства. Для примера возьмем организацию ОАО «Концерн Росэнергоатом».

Но для начала необходимо определиться, какие базисные принципы входят в классическую (административную) школу управления А. Файоля. Он утверждал, что это: разделение труда, полномочия и ответственность, дисциплина, единоначалие, единственное направление, вознаграждение персонала, централизация власти, порядок, справедливость, стабильность рабочего места для персонала, инициатива, создание союза работников (корпоративный дух).

В структуру управления ОАО «Концерн Росэнергоатом» входят следующие органы управления, сформированные в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах»: общее собрание акционеров, решения по вопросам компетенции которого принимаются единственным акционером – ОАО «Атомэнергпром», Совет директоров, Генеральный директор. Контроль за финансово-хозяйственной деятельностью осуществляют назначаемые решением единственного акционера Ревизионная комиссия и аудитор Концерна. Сопоставительным коллегиальным органом при Генеральном директоре является Директорат Концерна. Таким образом, как мы видим, осуществляется сразу несколько принципов – это разделение труда, полномочия и ответственность, единоначалие, централизация власти. Каждый орган Концерна имеет свои полномочия и несет ответственность за свои действия.

Следующим базисным принципом управления А. Файоля является дисциплина. Эта черта также прослеживается в политике организации: «Обеспечение безопасности АЭС на всех этапах жизненного цикла является приоритетной задачей Концерна. Для решения этой задачи Концерн прилагает усилия и инвестирует денежные средства в мероприятия, направленные на надлежащее исполнение требований законодательства Российской Федерации в области использования атомной энергии» [3].

Правительством РФ была принята целевая Программа развития атомной энергетики, предполагающая значительное наращивание мощностей. Подготовлены законодательные инициативы, открывающие возможности реструктуризации атомной отрасли с целью повышения эффективности ее работы. В этих условиях возрастает роль международно-

го сотрудничества как инструмента координации с мировыми тенденциями, привлечения положительного зарубежного опыта и развития международной кооперации – таково единое направление развития Концерна, которое не может быть реализовано без выполнения других принципов - порядок, справедливость, стабильность рабочего места для персонала, инициатива, создание союза работников (корпоративный дух). Подтверждением понимания руководством необходимости создания этих принципов является следующая цитата: «ОАО «Концерн Росэнергоатом» (далее — концерн) выступает как ответственный работодатель и действует в соответствии с нормами социальной политики Российской Федерации, предоставляя работникам дополнительное социальное обеспечение, заботясь об условиях труда и социальном благополучии своих работников. Концерн уделяет много внимания тому, чтобы предоставить работникам такую работу, которая была бы значима и помогала им в полном объеме реализовывать свой потенциал» [3].

И в заключение хотелось бы сказать, что классическое разграничение функций управления на предприятии, разработанное А. Файолем, прошло проверку временем (с 1923 г.). Все новомодные теории управления, касающиеся этого вопроса, ничего лучше не смогли предложить. На практике именно классификация управленческих функций по Файолю остается в своей основе без изменений. В дальнейшем многие исследователи занимались изучением и теоретическим описанием принципов управленческой деятельности, однако все они были только последователями Файоля, развивавшими, дополнявшими и конкретизировавшими его учение.

Библиографический список

1. **Файоль А.** Общая и промышленная администрация. М., 1920.
2. **Файоль А.**, Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г. Управление – это наука и искусство. М.: Республика, 1992.
3. <http://www.rosenergoatom.ru>

*Беляева Е.Е., соиск.; рук. Клочкова Н.В., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

К ВОПРОСУ О ВЗАИМОСВЯЗИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА И ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

На современном этапе развития мировая экономика находится в состоянии постоянных, ускоряющихся трансформаций. Ключевым фактором, определяющим данные изменения, являются стремительное накоп-

ление и использование новых знаний. В целом это и обуславливает радикальное изменение условий внешней среды для предприятий, организаций и ставит их перед необходимостью непрерывных изменений в системе управления, продаж, технологии и организации производства. При этом требуется поиск новых, инновационных, путей развития.

Стратегия развития инновационных предприятий в основном формируется на основе менеджмента знаний, который понимается как стратегия управления компанией, ориентированная на развитие и максимальное использование своего интеллектуального потенциала [1].

Социально-экономическое развитие во второй половине века минувшего и начале нынешнего характеризуется возрастающей ролью человеческого фактора. В экономике современного мира человеческие ресурсы играют определяющую роль в достижении конкурентных преимуществ и обеспечении качественных параметров экономического роста, т.е. развития экономики. Перспективы этого развития в XXI веке связываются именно с человеческими ресурсами как носителями знания.

В наиболее последовательной форме концепция человеческого капитала изложена в трудах лауреата Нобелевской премии 1992 г. по экономике Г. Беккера [2]. Впервые после А. Смита и К. Маркса в экономической науке приходит осознание, что не машины, а люди представляют движущую силу экономического роста и развития. Понятие национального богатства получает более широкое толкование и в него, наряду с вещественной составляющей капитала (земля, сооружения, оборудование), включают финансовые активы, материализованные знания и способности людей к производственному труду. Макроэкономическая статистика теперь учитывает в качестве национальных богатств, имеющих невещественную форму, научные знания, в частности вложенные в новые технологии, а также в здравоохранение и образование. В основе современной теории человеческого капитала лежит экономический подход к человеческому поведению, нашедший выражение в следующей логической схеме Г. Беккера:

- способности, знания, профессиональные навыки, мотивация становятся капиталом в момент купли-продажи рабочей силы, найма на работу или получения вознаграждения исполнителем работы;
- рост человеческого капитала должен способствовать росту производительности труда и производства;
- целесообразное использование капитала должно вести к росту доходов работников;
- рост доходов стимулирует работника делать вложения в здоровье, образование для повышения запаса знаний и навыков, чтобы затем эффективно применить их.

Понятия «интеллектуальный капитал» и «интеллектуальный потенциал» являются относительно новыми для отечественной экономической науки и практики хозяйствования, анализ ряда литературных источников говорит об отсутствии у авторов единого мнения.

Согласно современного экономического словаря, интеллектуальный потенциал – это внутренние и внешние возможности компании, состоящие из человеческого потенциала компании, инфраструктурного потенциала компании, «корпоративной памяти компании», работ по НИОКР, инновационных проектов на стадии разработки и внедрения, все это обеспечивает формирование интеллектуального капитала компании.

Интеллектуальный капитал – это совокупность интеллектуального потенциала компании и интеллектуальной собственности компании, выраженная в денежной форме, которая обеспечивает инновационность развития компании с целью достижения экономической эффективности и усиления конкурентных преимуществ компании на рынке.

Успехи в освоении интеллектуального капитала России связаны с решением проблемы эффективного управления:

- 1) созданием и преумножением интеллектуального потенциала организаций;
- 2) использованием интеллектуального капитала при создании инновационной продукции;
- 3) процессом инвестирования всего цикла превращений интеллектуального капитала.

Для решения этой проблемы целесообразно интеллектуальный капитал организации рассматривать как одну из составных частей накопленных ею благ и, следовательно, как часть ее капитала. В этом случае в круговороте превращений капитала участвует и интеллектуальный капитал, проходя следующие три стадии превращений капитала. При этом на первой стадии происходит превращение денежной формы в интеллектуальные элементы производительного капитала:

- производится наем рабочей силы, занимающейся управленческой, инженерной, научной и другими видами интеллектуальной деятельности с их знаниями, опытом и навыками в применении этих знаний;
- с использованием знаний и навыков в результате интеллектуального труда разрабатываются инновационные идеи и создаются предметы интеллектуального труда — объекты интеллектуальной собственности (на этой стадии могут приобретаться права на использование этих объектов, владельцами которых являются сторонние организации).

Кроме того, деньги используются также на увеличение созданного интеллектуального потенциала:

- на обучение и переподготовку специалистов, в результате чего увеличивается объем знаний специалистов, повышается качество этих знаний, совершенствуются навыки;
- на повышение корпоративной культуры организации, улучшение технологии коллективной работы;
- на мотивацию интеллектуального труда, повышение творческой активности, совершенствование бизнес-технологий и т.п.

На второй стадии превращений интеллектуальные элементы капитала обеспечивают создание интеллектуальной составляющей инновационной продукции. Вложенные в инновационную продукцию предметы интеллектуального труда предопределяют качество продукции. Интеллектуальный капитал в этом процессе выступает в роли интеллектуального инструментария (орудия интеллектуального труда) и в то же время является предметом интеллектуального труда (объекты интеллектуальной собственности, которые создаются и внедряются в инновационную продукцию посредством интеллектуального инструментария).

Интеллектуальный капитал внедряется в продукцию на всех этапах ее создания: в материалах, из которых производится продукция, в комплектующих элементах, в станках, оснастке и инструментах, которые используются в производственном цикле, в упаковке и т.д. Вложенный на второй стадии превращений интеллектуальный капитал создает стоимость, и чем выше уровень достигнутого качества, тем больше величина созданной стоимости.

На третьей стадии кругооборота капитала продукция становится товаром и из товарной формы капитал превращается в денежную форму. Реализуемый товар имеет рыночную стоимость, которая определяется материальной и интеллектуальной составляющими. Через интеллектуальную составляющую стоимости продукции реализуется интеллектуальный капитал, превращаясь в денежную форму.

Интеллектуальный капитал участвует в образовании товарной формы капитала также маркетинговыми активами, и прежде всего имиджем фирмы, ее товарным знаком, что также обеспечивает создание стоимости. Чем более известна фирма и чем шире ее клиентская база и связи, тем большая величина стоимости может быть реализована в товаре. Потребитель, приобретая товар на рынке, платит не только за его качество, но и за уверенность в том, что декларируемое требуемое качество товара достигнуто в процессе создания продукции [3].

Библиографический список

1. **Перерва О.Л.** Разработка теоретических основ и методологии управления эффективностью инновационной деятельности промышленного предприятия // Автореф. дисс. ... д-ра экон. наук. М., 2006.
2. **Беккер Г.** Человеческий капитал (главы из книги). Воздействие на заработки инвестиций в человеческий капитал // США: ЭПИ. 1993. №11.
3. **Селезнев Е.Н.** Оценка эффективности использования интеллектуального капитала // Финансовый менеджмент. 2005. №6.

*Большакова Е.С., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н, доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИННОВАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ. БЕНЧМАРКИНГ

Наиболее эффективной инновацией, все активнее используемой в системе маркетинга не только за рубежом, но и в нашей стране является бенчмаркинг. Термин «бенчмаркинг» произошел, как известно, от слова «benchmark», которое означает отметку на фиксированном объекте. В наиболее приемлемом смысле benchmark – это то, что обладает определенным количеством, качеством и способностью быть использованным как стандарт (эталон) при сравнении с другими предметами [1, с. 114].

Бенчмаркинг представляет собой систематическую деятельность, направленную на поиск, оценку и учебу на лучших примерах, независимо от их размера, сферы бизнеса и географического положения. Термин «бенчмаркинг» не имеет однозначного перевода на русский язык. Наиболее близкими русскими соответствиями являются «анализ превосходства» и «сравнительное тестирование», то есть сравнение некоторых объектов на основе определенных стандартов [1, с. 117].

Сегодня бенчмаркинг рассматривают как процесс постоянного исследования наилучшей деловой практики, обеспечивающей наиболее высокую конкурентоспособность. Цель его состоит в том, чтобы на основе комплексного исследования определить вероятность успеха предпринимательства в конкретной области.

Большинство специалистов полагает, что бенчмаркинг в первую очередь означает перенимание методов управления у успешно работающих предприятий, после того как были выявлены недостатки в деятельности своей фирмы. Польза бенчмаркинга заключается в том, что производственные и сбытовые функции становятся наиболее управляемыми, когда на своем предприятии исследуются и внедряются лучшие методы и технологии других предприятий или отраслей. Это приводит к прибыльному предпринимательству с высокой производительностью, созданию

полезной конкуренции, удовлетворению потребностей покупателей, а также к экономии издержек.

В зависимости от объекта исследования можно различить целый ряд видов бенчмаркинга. Основными из них [1, с. 124]:

- Внутренний бенчмаркинг – осуществляемый в рамках организации, в системе которого сопоставляются характеристики и схожие бизнес-процессы внутрифирменных производственных единиц; проводится анализ превосходства внутри организации.
- Внешний бенчмаркинг (бенчмаркинг конкурентоспособности), когда производится измерение характеристик предприятия, сопоставление их с характеристиками конкурентов; а также исследования специфических продуктов, возможностей процесса или административных методов предприятий-конкурентов.
- Функциональный бенчмаркинг – тот, который обеспечивает сравнение сходных функций или процессов в различных отраслях. Кроме того, следует отдельно выделить:
- Бенчмаркинг процесса – деятельность по изменению определенных показателей и функциональности для их сопоставления с предприятиями, характеристика которых является более совершенной в аналогичных процессах.
- Стратегический бенчмаркинг – сравнение с намеченной стратегией развития.
- Ассоциативный бенчмаркинг – бенчмаркинг, проводимый организациями, состоящими в узком рыночном альянсе.
- Глобальный бенчмаркинг – расширение стратегического бенчмаркинга, когда включается также ассоциативный бенчмаркинг.
- Общий бенчмаркинг – бенчмаркинг процесса, который сравнивает определенную функцию двух или более организаций независимо от сектора.

При разработке проекта по бенчмаркингу высшее руководство призвано оказать следующую поддержку [2, с. 130]:

- Вторично разъяснить исполнителям смысл бенчмаркинга; добиться понимания коммерческих причин необходимых преобразований.
- Выяснить и проанализировать реакцию работников организации; опросить руководителей всех уровней.
- Создать и поддерживать положительный образ проекта среди работников и всех руководителей компании.
- Принимать участие и быть в курсе основных событий проекта; присутствовать на совещаниях и учебных занятиях по проекту.
- Регулярно извещать об успехах бенчмаркинга; объяснить работникам, каких изменений и когда можно ожидать.

- Держать остальных руководителей и ключевых специалистов в курсе событий и проблем проекта; выделять время для важных встреч с ними.
- Помогать в устранении препятствий, возникающих перед группой.
- Распространить рациональные преобразования на все уровни организации.
- Информировать работников об их роли в проводимых преобразованиях и о получаемой компанией выгоде.
- Правильно воспринимать возражения и адекватно реагировать на критические высказывания работников организации, по организации и проведению бенчмаркинга.
- Активно участвовать в практической реализации преобразований; контролировать их продвижение и устранять возникшие препятствия.
- Выделить необходимые ресурсы или скорректировать план реализации в соответствии с имеющимися ресурсами.
- Привлечь руководителей среднего звена к планированию преобразований в переходном периоде; определить их роли в этот период и разъяснить, что от них требуется.
- Постоянно держать других руководителей и представителей акционеров в курсе событий и проблем проекта.
- Отмечать работников за успехи в осуществлении преобразований, разработать систему вознаграждения.
- Контролировать достижение намеченных результатов.

Бенчмаркинг привлекает внимание людей в организации к тому, что лежит в основе индивидуального и коллективного успеха, то есть непосредственно к функционированию предприятия.

Библиографический список

1. **Фатхутдинов Р.А.** Инновационный менеджмент. М.: Дело, 2007.
2. **Гринев В.Ф.** Инновационный менеджмент. М.: ЮНИТИ, 2008.

*Буланкина А.М., студ.; рук. Иванова О.Е., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В настоящее время ведение бизнеса не представляется возможным без поддержки кредитных организаций. Дополнительные средства могут способствовать решению целого ряда проблем развивающегося бизнеса, таких как пополнение оборотного капитала, закупка необходимых основных средств; с помощью дополнительных финансовых ресурсов появляется возможность расширить сферу и объемы деятельности; также финансовая поддержка может быть необходима для получения и реализации новых заказов. Но на практике получение кредита субъектом среднего или малого бизнеса сопряжено с определенными трудностями.

По данным Министерства экономического развития и торговли РФ, малый бизнес нуждается в 30 млрд кредитов ежегодно, но получает только 10-15% от этой суммы. Чем обусловлена такая ситуация?

Банки разрабатывают собственные программы кредитования малого и среднего бизнеса. Однако такие программы имеют свои недостатки. Одним из таковых является отсутствие универсальной системы оценки бизнесменов, обращающихся за кредитом. В Европе и США применяется так называемый скоринг, который является полностью автоматизированным и позволяет объективно оценить целесообразность предоставления кредита предприятию. В России чаще всего баллы проставляются человеком, что влияет на объективность оценки предприятия.

Одно из самых важных условий для любого банка, без соблюдения которого вероятность получения кредита практически равна нулю, это регистрация предприятия и ведение бизнеса в регионе присутствия банка не менее шести месяцев. Второе условие – это отсутствие просроченной задолженности по кредитам, взятым ранее. Следующее условие это показатель успешной деятельности предприятия – наличие постоянного дохода. Необходимо отметить, что последний критерий для большинства банков имеет определяющее значение: ведь гарантом возврата кредита является в первую очередь стабильный и приносящий доходы бизнес. Однако низкая легитимность бизнеса также не может служить основанием для «пожизненного» отказа в кредитовании. Чаще всего банки советуют повторно обратиться за кредитом через несколько месяцев, либо всё же выдают кредит, сокращая при этом его объём.

Другим обстоятельством, которое может послужить причиной для отказа от кредитования может служить плохая кредитная история. По словам самих банкиров, в последние годы предприятия с плохой истори-

ей встречаются всё реже: бизнесмены понимают, что соблюдение платёжной дисциплины – залог того, что он сможет получить кредит в будущем. Кстати, в последнее время банки вспоминают не только о кредитной истории данной организации, но и её владельца. И, наконец, последним важным обстоятельством, которое способно воспрепятствовать получению банковского кредита – это проблемы у предприятия с законом. В данном случае далеко не все проблемы являются 100% гарантией отказа: всё зависит от их характера и «тяжести». Но даже при соблюдении всех вышеперечисленных условий, банки редко идут на сотрудничество с малым и средним бизнесом.

Одной из главных проблем кредитования российского бизнеса является его непрозрачность – примерно в 50% случаев бухгалтерская отчетность не отражает реального финансово-экономического состояния деятельности предприятия.

Второй проблемой является отсутствие высоколиквидных залогов в виде коммерческой недвижимости у малых предприятий. Банки вынуждены создавать резервы по кредитам, выдаваемым мелким клиентам, особенно в тех случаях, когда обеспечения по ним недостаточно, в размере 100% суммы выданного кредита. В этом случае кредит банка значительно дорожает. Многих предпринимателей, дела у которых идут относительно неплохо, отпугивает цена, которую им придется заплатить за пользование ссудой.

Третьим немаловажным фактором, тормозящим развитие кредитования бизнеса в России, является недоверие к малому бизнесу и высокие риски невозврата кредитов. Оценка риска по ссудам, предоставленным субъектам малого бизнеса, осуществляется в порядке, установленном Положением Банка России от 26.03.2004 № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности». Банкам удобнее придерживаться стандартизированного подхода и не выдавать кредиты повышенного риска. Однако, если банк готов принять на себя более высокий риск, то это удорожает кредит как для заемщика, так и для банка. Банк вынужден увеличивать размер резервирования, что влечет дополнительные расходы, и предусматривать компенсацию за риск. Для заемщика это выражается в увеличении процентной ставки по кредиту и более жестких условиях кредитования. Это также является очередным препятствием развития кредитования бизнеса в нашей стране.

Существуют следующие пути преодоления сложностей. Проблему обеспечения залогами можно решить развитием в регионах гарантийных фондов и замещать залог гарантиями. В рамках Федеральной целевой программы поддержки предпринимательства на пополнение региональ-

ных гарантийных фондов уже выделяются определенные средства и их объем увеличивается.

Необходимо на уровне государства построить целостную систему финансовой поддержки предпринимателей – от грантов до банковских кредитов, а также поддерживать малое предпринимательство. В этом направлении деятельность осуществляется уже в течение нескольких лет. Так у Сбербанка есть программа кредитования малого предпринимательства, работающего по схеме франчайзинга, «Бизнес-старт», у МСП-банка, принадлежащего группе Внешэкономбанка, есть целый комплекс продуктов для кредитования малых предприятий и т.д. Частные банки также активно включились в конкуренцию за долю в сегменте, сделав упор на маневренность и расширенные возможности банковского обслуживания.

Необходимо развивать и подстраивать уже имеющиеся варианты получения займов (кредит на текущую деятельность, инвестиционные кредиты, коммерческую ипотеку и такие виды как: лизинг, факторинг, аккредитив) под субъекты малого и среднего бизнеса.

При комплексном и разумном подходе, шаге кредиторов навстречу предпринимателей все проблемы вполне решаемы и рынок кредитования бизнеса в нашей стране сможет получить достойное развитие.

Библиографический список

1. **Мацнев М.И.** Особенности кредитования малого и среднего бизнеса в российских условиях // Российское предпринимательство. 2011. № 7 Вып. 2(188).
2. <http://lf.rbc.ru/recommendation/business/2012/06/05/208754.shtml>
3. http://www.cfin.ru/finanalysis/banks/sme_banking.shtml

***Васильева О.М., асп.; рук. Юденко М.Н., д.э.н., доц.
(СПБГЭУ, г. Санкт-Петербург)***

ВЛИЯНИЕ СТРОИТЕЛЬНО-ОТДЕЛОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ НА КАЧЕСТВО ВОЗДУШНОЙ СРЕДЫ ОБЪЕКТОВ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Качество объектов жилищного строительства включает в себя целый ряд составляющих, одна из которых – воздушная среда жилых помещений.

Актуальность заявленной темы подтверждается тем, что в течение последних лет был проведен ряд исследований, посвященных влиянию качества применяемых на всех этапах строительства материалов на качество воздушной среды внутри помещения. Специалисты одной из экологических компаний за восемь лет своей работы произвели более 3 500 измерений качества атмосферного воздуха в помещениях, и в 67% всех

случаев обнаруживали вредные химические вещества, источниками которых были строительные материалы, причем в 30% случаев это были материалы конструкций, а в 70% – отделочные [2].

Особую значимость проблема выделения вредных веществ приобретает в современных условиях продажи жилья. Все большее количество потребителей предпочитает приобретать жилую недвижимость с полной отделкой, поскольку это позволяет снизить затраты времени и сил на ремонт. Но, с другой стороны, отсутствует какая-либо возможность проверки качества материалов, используемых строительными компаниями при отделке.

Далее обозначим, какие строительные материалы приводят к эмиссии вредных веществ в жилое пространство, что это за вещества и какие последствия могут возникнуть.

Газ формальдегид – самое токсичное соединение, которое выделяется из отделочных материалов. Формальдегид содержится в смоле, используемой при изготовлении древесно-стружечных плит (ДСП), древесноволокнистых плит (ДВП), фанеры (ФРП), мастик, пластификаторов, шпатлевок и смазок для стальных форм. Формальдегид раздражает слизистые оболочки и кожу, обладает канцерогенной активностью.

Использование лаков, красок и линолеума приводит к 10-кратному превышению уровня предельно допустимой концентрации фенола. Особенно опасно использование в помещении лаков и красок, предназначенных только для наружных работ, разрешенных к использованию на открытом воздухе. Во избежание возможных последствий, среди которых поражение почек, печени, изменение состава крови рекомендуется для малярных работ выбирать лаки и краски на натуральной основе.

Молекулы стирола - еще одна проблема внутреннего микроклимата жилых помещений. Основным источником выделения стирола являются теплоизоляционные пенопласты, облицовочный пластик, линолеум, а также лаки, краски и клеи. Кроме того, значительно повышает концентрацию стирола в воздухе отделка стен и потолков сухой вагонкой.

Считаем необходимым остановиться на одной из самых острых проблем, относящейся к качеству воздушной среды помещений - эмиссии аммиака из бетонных конструкций жилых домов, характерной для рынка жилищного строительства Санкт-Петербурга.

Первыми признаками возникновения упомянутой проблемы стали неоднократные жалобы жильцов новостроек, поступающие в контролирующие органы. Основной причиной жалоб стал резкий запах аммиака в квартирах, особо сильно осязаемый при повышении температур наружного воздуха. Изначально строительные компании пытались избежать огласки широкого освещения проблемы, однако сделать этого не удалось.

Наличие проблемы признали сразу несколько ведущих строительных компаний Петербурга, в числе которых «ЮИТ Лентек», «Балтийская жемчужина», «Строительный трест» и другие.

Причины возникновения «аммиачной» проблемы до сих пор не выявлены, однако существует перечень наиболее вероятных предположений, объясняющих появление запаха аммиака в квартирах жилых домов:

- наличие повышенного содержания интенсификаторов помола в цементе;
- применение противоморозных добавок при приготовлении товарного бетона на бетонных заводах;
- применение пластификаторов при приготовлении товарного бетона на бетонных заводах;
- транспортировка цемента в необработанных вагонах, ранее перевозивших минеральные удобрения, что приводит к заражению цемента и бетона впоследствии;
- использование различных присадок и компонентов бетонной смеси.

Итак, до настоящего времени не ясна причина появления запаха аммиака. Существует предположение, что эмиссию вызывает использование некачественного цемента.

Проблема эмиссии вредных химических веществ из отделочных материалов и бетонных конструкций имеет непосредственное отношение к вопросам качества строительства и удовлетворенности потребителей. Факт наличия вредных веществ в воздушной среде зданий приводит к снижению качества жилых объектов во всех отношениях. Понятие качества объекта жилищного строительства целесообразно толковать с двух позиций: как соответствие объекта требованиям нормативных документов, и как соответствие объекта ожиданиям потребителей, т. е. критерием оценки качества является удовлетворенность потребителя.

Во-первых, повышенное содержание химических веществ в воздухе приводит к нарушению действующих санитарных норм. Например, современными санитарными нормами регламентировано среднесуточное содержание аммиака в воздушной среде жилых помещений на уровне 0,04 мг/м³; для встроенных коммерческих помещений на уровне 0,2 мг/м³ [1]. При этом в ходе проверок в некоторых квартирах было зафиксировано превышение ПДК аммиака в 60 раз.

Во-вторых, вполне очевидно, что покупатель жилой площади не может быть удовлетворен конечным результатом строительства в сложившихся условиях. Потребителю приходится пройти целый ряд процедур, требующих времени и средств, чтобы решить внезапно возникшую проблему, не говоря уже о вредном влиянии вдыхаемых веществ на здоровье человека.

Предлагаем рассмотреть следующие этапы предотвращения появления эмиссии аммиака из строительных конструкций.

1. Контроль качества компонентов бетонной смеси непосредственно на бетонном заводе.

Контроль качества компонентов бетонной смеси должен осуществляться непосредственно на бетонном заводе при производстве бетонных смесей, в зависимости от требуемых параметров, заложенных в рабочей документации (требования по прочности, удобоукладываемости, морозостойкости, водонепроницаемости).

2. Проверка каждой партии используемых добавок и отдельно, цемента на бетонном заводе.

На бетонных заводах необходимо ввести обязательную проверку каждой партии используемых добавок и отдельно цемента. Образцы следует направлять во ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии» (далее – «ФБУЗ»), где они проходят проверку в тепловых камерах. Цемент требуется привозить только в виде цементных кубиков размеров 10x10x10 см без каких-либо добавок не ранее, чем через 14 дней после «затворения», так как должна пройти фаза активного процесса гидратации.

3. Входной контроль качества бетонной смеси при приемке на строительной площадке.

Входной контроль качества бетонной смеси важен при приемке на строительной площадке. Контроль осуществляется ответственным лицом со стороны строительной организации путем взятия образца бетонной смеси из бетононасоса непосредственно перед заливкой, чтобы сделать экспресс-оценку на специализированном оборудовании на предмет наличия эмиссии аммиака. В настоящий момент существуют автономное оборудование, позволяющее оперативно оценить превышение, начиная с 5ПДК ($0,2 \text{ мг/м}^3$).

4. Лабораторные исследования образцов привезенной бетонной смеси.

Одним из важных этапов являются лабораторные исследования образцов привезенной бетонной смеси. Для выявления более низких показателей ПДК (менее, чем в 5 раз) образцы бетона, размером 10x10x10 см выдерживаются 14 суток при температуре, соответствующей температуре наружного воздуха, и отправляются во ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии», где проходят проверку в тепловых камерах. Данный способ позволит проконтролировать «исследовательскую» работу бетонных заводов, выявить отклонения на ранних этапах и не допустить заливки ряда этажей проблемным бетоном.

5. Лабораторные исследования кернов залитых бетонных конструкций.

Лабораторные исследования кернов залитых бетонных конструкций также важны. При выявлении эмиссии бетона из бетонных кубиков осуществляется комплексное обследование воздушной среды здания по всем помещениям включительно. Составляется цветографическая карта на поэтажных планах, согласно которой выявляются «пятна» (наиболее критичные конструкции), из которых выбуриваются керны, которые отправляются на исследования во ФБУЗ. На данном этапе подтверждаются или опровергаются данные, полученные по данным исследования воздушной среды.

Библиографический список

1. Санитарно-эпидемиологические требования к жилым зданиям и помещениям. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы, САНПИН 2.1.2.1002-00 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=98071>.
2. Правда и ложь об искусственных стройматериалах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vpered.ru/archives/285>.

*Васюнина А.О., студ.; рук. Иванова О.Е., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ КАК ВАЖНЕЙШЕЕ УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Важнейшим видом капитала, которым располагают современные компании, являются опыт и знания работающих у них сотрудников, имеющие общее название – интеллектуальный капитал. Данный вид капитала, как показывает мировая практика, обеспечивает многим компаниям существенные конкурентные преимущества, так как именно интеллектуальные знания дают возможность разработки и внедрения новых видов конкурентной продукции, эффективной организации процессов ее производства и реализации, а также обеспечения взаимодействия компании с ее инвесторами, поставщиками, подрядчиками и клиентами.

Под интеллектуальным капиталом обычно понимают корпоративные знания, информацию, опыт, организационные возможности, информационные каналы, то есть все то, чем обладают работники компании и что в целом формирует ее конкурентоспособность.

В научный оборот понятие интеллектуального капитала ввел великий экономист 20 в. Дж. Гэлбрейт, который в 1969 г. в письме к М. Калецки употребил этот термин в значении «интеллектуальная деятельность». Природу интеллектуального капитала первым исследовал Т. Стюарт – лауреат многих премий, член редколлегии журнала

«Fortune». В статье 1991 г. «Сила интеллекта: как интеллектуальный капитал становится наиболее ценным активом Америки» Стюарт представил интеллектуальный капитал как сумму всего того, что знают работники компании и что дает конкурентное преимущество компании на рынке: «...процессы, патенты, управленческие навыки, технологии, опыт и информация о потребителях и поставщиках. Объединенные вместе, эти знания составляют интеллектуальный капитал».

Известный американский экономист Л. Эдвинссон рассматривает интеллектуальный капитал как знание, которое можно конвертировать в стоимость.

Один из первых отечественных исследователей интеллектуального капитала В.С. Ефремов тоже считает, что интеллектуальный капитал – это знания, которыми располагает организация, выраженные в ясной, недвусмысленной и легко передаваемой форме. В определении Л. Прусака (компания IBM) интеллектуальный капитал представляет собой интеллектуальный материал, который формализован, зафиксирован и использован для производства более ценного актива. Английские специалисты по менеджменту С. Алберт и К. Бредли называют интеллектуальный капитал процессом превращения знаний и неосязаемых активов в полезные ресурсы, которые дают конкурентные преимущества индивидуумам, фирмам и нациям.

Составляющими интеллектуального капитала являются человеческий, организационный и потребительский виды капитала (**рис. 1**).

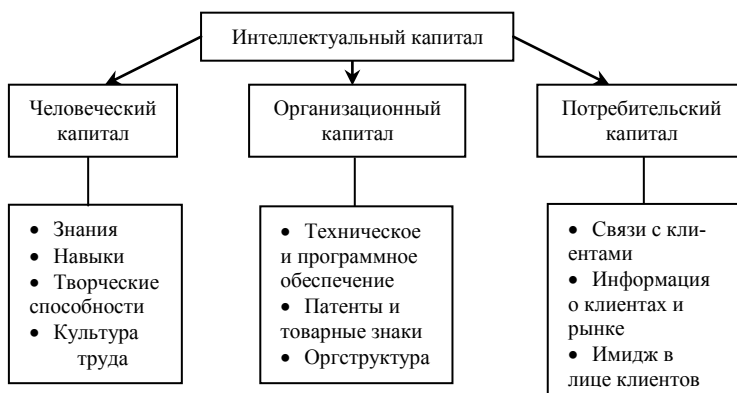


Рис. 1. Структура интеллектуального капитала

Человеческий капитал как важнейший элемент интеллектуального капитала относится именно к навыкам и знаниям сотрудников, которые используются компаниями для обеспечения преимуществ своей конкурентной деятельности на рынке.

Организационный капитал отвечает за то, как эффективно используется человеческий капитал, превращаясь из навыков и знаний отдельных работников компании в конечный конкурентоспособный продукт или услугу. Одна из главных целей формирования потребительского капитала — создание такой структуры, которая позволяет потребителю продуктивно общаться с персоналом компании.

Особого внимания заслуживает состояние дел в России в области человеческого капитала и сравнение его с аналогичной сферой некоторых других стран. Первым из показателей, по которому определяется уровень этого вида капитала, является индекс человеческого капитала. Этот индекс, рассчитываемый на душу населения, отражает уровень затрат государства, частного бизнеса и граждан на образование, здравоохранение и другие секторы социальной сферы в расчете на душу населения. В США, например, бюджетные расходы на образование составляют 6-7% ВВП (примерно 1,5 тыс. долл. США на человека в год), не считая других источников финансирования. В России бюджетное финансирование образования составляет всего 3% ВВП, или около 1,5 тыс. руб. на человека в год.

Еще один показатель – это индекс развития человеческого потенциала, который определяется как среднеарифметическое трех индексов: ожидаемой продолжительности жизни, уровня образования и ВВП на душу населения (в долл. по паритетной покупательной способности). Данный индекс колеблется по странам: от 0,252 (Эфиопия) до 0,960 (Канада); Россия в конце 1990-х годов по данному показателю занимала лишь 72е место.

Индекс интеллектуального потенциала общества отражает уровни образования населения и состояния науки. При этом учитываются уровень образования взрослого населения страны, удельный вес студентов в общей численности населения, доля расходов на образование в ВВП, удельный вес занятых в научном обслуживании в общей численности занятых и удельный вес затрат на науку в ВВП. США имеют самое высокое значение этого показателя на сегодняшний момент.

Современными формами материализации интеллектуального капитала сегодня являются материальные факторы производства, труда – патенты, лицензии, ноу-хау, модели, программы и т.п., находящие растущее применение во всех сферах жизнедеятельности общества и его субъектов.

Одной из первых коммерческих организаций, которая на практике применила концепцию интеллектуального капитала и предприняла по-

пытку измерить отдельные его составляющие, стала шведская компания «Скандия». Начиная с 1996 г. в своем годовом отчете она представляет собственный интеллектуальный капитал, который по ее интерпретации, состоит из человеческого, организационного и потребительского капитала. Величина интеллектуального капитала в компании определяется как разница между рыночной оценкой стоимости компании и ее физическими активами. Именно данное представление основных составляющих интеллектуального капитала и данная терминология являются весьма распространенными в научной литературе, посвященной проблемам формирования и использования интеллектуального капитала.

Интеллектуальный капитал воплощен в запасе и потоке знаний, творческих и креативных способностях, опыте решения инновационных проблем, культуре и мотивации умственного труда, используемых производительно и повышающих доходы человека, фирмы и общества. Индивидуальный интеллектуальный капитал неотделим от личности специалиста, инноватора, и воплощается в объектах производительно используемой интеллектуальной собственности и авторских прав. Интеллектуальный капитал компании включает специфические нематериальные активы, используемые для обеспечения и поддержания конкурентных преимуществ.

Функционирование интеллектуального капитала характеризуется рядом существенных особенностей:

- Формирование интеллектуального капитала требует значительных инвестиций. В наукоемких отраслях деятельности инвестиции в НИОКР могут достигать 40-45% всех инвестиционных затрат на инновации, а наукоемкость продукции колеблется от 10 до 43% объемов продаж.
- Дополнительные инвестиции в интеллектуальный капитал не имеют предела активности. Разработка и освоение кардинальных научно-технологических решений может давать длительный и возрастающий сетевой эффект от расширения шлейфа инноваций в различных отраслях.
- Интеллектуальный капитал специалиста или фирмы требует разработки особых форм учета, оценки, возмещения, спецификации и защиты прав собственности по сравнению с физическим капиталом. Экономический механизм оборота интеллектуального капитала в России пока не отработан, и это ведет к огромным и часто невозполнимым потерям для страны.

Именно интеллектуальный капитал задает темп и характер обновления технологии производства и его продукции, которые затем становятся главным конкурентным преимуществом на рынке. «Интеллектуальный

капитал – это система капитальных устойчивых интеллектуальных преимуществ данной компании или фирмы на рынке».

*Галиев А.А., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ САЙТОВ

«В будущем будет 2 вида фирм: те, которые закрываются, и те, которые работают через интернет...»

В настоящее время, в сети Интернет существует большое разнообразие сайтов – от простых одностраничников до крупных порталов, интернет-магазинов. Разумеется, цель любого сайта – привлечение клиентов, презентация той или иной продукции, вида услуг. Еще каких то 2-3 года назад для того что бы обеспечить сайту хорошую посещаемость, стоило сделать только качественный ресурс, удобный для пользователя, и поисковые системы выводили его в ТОПы поисковой выдачи.

В настоящий момент, для того чтобы раскрутиться, требуются немалые вложения. Необходимо сделать удобный, понятный, красивый, привлекающий внимание сайт. Важно поднять сайт в ТОПе поисковой выдачи, а для этого нужно купить много ссылок, качественных ссылок, оптимизировать тексты и контент сайта. Все вышперечисленное – это минимум, с которым встречается стартап, «классика продвижения», без которой уже никуда.

Одним из самых эффективных и эффективных способов рекламы на данный момент является вирусная реклама.

Термин «вирусная реклама» не имеет ничего общего с вредоносным ПО, которым заражается компьютер. Вирусным данный вид рекламы называется из-за способа распространения рекламного материала.

В качестве примера можно разобрать видео, появившееся в сети достаточно давно. На данном видео Никита Джигурда «с матами» выкидывает мужчину из некоего помещения – очевидно паспортного стола или другого государственного учреждения, у которого есть перманентная проблема – очереди. Молодой человек, конфликтовавший с Никитой, заявлял, что зарегистрировался на некоем портале «Госуслуги», и именно по этому может пройти без очереди. Учитывая харизматичность самого Никиты Борисовича, в совокупности со скандальностью видео, ролик быстро, подобно вирусу-червю, распространился по видео сайтам и социальным сетям. Из увиденного, человек заинтересовывался данной воз-

возможностью – не стоять в очередях, а сделав определенные операции на сайте, мог прийти в срок и сразу получить услугу.

Беспорно, сама идея не нова, но данный вид рекламы очень хорошо вписывается по нескольким параметрам в идеальную стратегию рекламы:

- видео материал скандален и быстро расходуется по сети;
- среда распространения рекламы идентична среде «обитания» потенциальных клиентов ресурса, что увеличивает КПД ролика;
- есть моментальная возможность найти услугу и воспользоваться ей, так как все происходит внутри глобальной сети

У данного вида рекламы два недостатка:

1. Реклама не контролируема, и оценивать эффективность ролика можно только по увеличению посещаемости

2. Порой стоимость видеоролика очень велика

Второй из наиболее распространенных, и, возможно, самый массовый среди неклассических видов продвижения – это реклама в социальных сетях. В настоящий момент, практически каждый человек имеет свою страничку в социальной сети и проводит достаточно времени, общаясь со знакомыми на сайтах. В России социальными сетями пользуются 99,7% среднесуточной аудитории рунета, или 30,9 миллиона человек, по данным Comscore. В среднем российский пользователь проводит в соцсети 12,8 часа в месяц. Это самый высокий показатель в мире. В среднем в мире пользователь проводит в соцсетях 5,9 часа.

Настройка рекламных компаний в самых распространенных в России соцсетях, позволяет поставить четкие критерии показа покупателям. Критерием может выступать пол, возраст, место жительства, семейное положение, дата рождения, интересы, образование. Оплату можно производить как за показы рекламы, так и за клики (переходы) по рекламной ссылке.

Данный инструмент позволяет сэкономить большие средства, показывая рекламу только потенциальным покупателям. Реклама через социальные сети, при грамотной настройке, имеет высокий КПД и всего один маленький недостаток – контроль и статистика все таки не на 100% подвластны заказчику, есть риск обмана и накрутки.

Третьим популярным видом продвижения является партнерская программа.

Разновидностей партнерских программ много, но в основном это скрипт, который отслеживает показы или клики по рекламным баннерам, рекламным ссылкам, которые размещаются на сайте аффилиата (партнера рекламируемого сайта), путем вставки javascript кода или flash анимации.

Преимущества у данного вида раскрутки несколько:

- необходимая статистика показов и переходов по ссылкам доступна в любой момент, и она максимально точна, т.к. скрипт работает на стороне рекламодателя.
- как завелось, проценты или фиксированная сумма, перечисляются аффилиату только за заказанный и оплаченный товар. Тем самым рекламодатель не «прогорит» на рекламе и как максимум просто ничего не потеряет.

Недостатками данного способа продвижения являются сложность в написании необходимого кода, проблематичность в нахождении аффилиатов, трудности в коммуникации с аффилиатами.

Четвертым и, до недавнего времени, популярным способом рекламы, является реклама в группах и сообществах в социальных сетях. Суть метода заключается в оплате поста (записи) рекламы от имени сообщества или группы, в котором просто рассказывается о том или ином продукте/услуге. Сей час рекламодатели редко пользуются данным методом, так как он стал неэффективным. Подписчикам сообществ приелись данные посты и на них практически никто не обращает внимания. Однако метод рекламы в сообществах до сих пор пользуется популярностью по двум причинам:

1. Рекламу видит достаточное количество потенциальных клиентов, так как обычно численность групп, в которых ведется реклама, насчитывает от пяти тысяч до двух-трех миллионов подписчиков.

2. Обычно группа имеет определенную тематику, а значит потенциальных покупателей можно подобрать по неким критериям

Библиографический список

1. www.comescore.com.
2. www.habababr.ru
3. ww.vk.com

*Галиев А.А., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРОБЛЕМЫ ДОВЕРИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММЕРЦИИ

Поставив себе цель сделать покупку онлайн, человек чаще всего, заходит на сайт поисковой системы, вводит запрос и получает желаемый результат – поисковую выдачу – список сайтов, наиболее удовлетворяющий по данному запросу пользователя, с точки зрения поисковой системы. Уже на данном этапе пользователь сталкивается с проблемами выбора: человек ищет наиболее выгодный и удобный для себя вариант, анали-

зируя выдержки с сайта, которые показывает поисковая система. Перейдя на сайт, в первую очередь человек воспринимает общую картину сайта, дизайн и удобство ресурса, соответствие страницы желанию клиента.

Тут же пользователь сталкивается с рядом проблем:

- насыщенность ненужной информацией;
- пугающее однообразие цен, в виде зачеркнутой, якобы старой цены, и новой меньшей;
- неудобная навигация;
- отсутствие информации о возможных способах оплаты и доставки.

Многие создатели интернет-ресурсов ставят пользователей на свой уровень познания web-ресурсов, уменьшают количество необходимой информации на сайте, сокращают количество дополнительных информационных блоков – это одна из самых распространенных проблем вебмастеров. Например, многие интернет-магазины предпочитают показать пользователю баннеры «Мы используем SSL-протокол передачи информации», вместо того, что бы объяснить незнающему пользователю, что вся передаваемая им личная информация защищена и не может быть украдена.

Магазины на всем ассортименте товаров выставляют пользователя «гонцом за выгодой» зачеркивая старую цену и устанавливая новую. Данная стратегия себя оправдывает на определенной части товара, но не всем. Покупатель начинает думать, что его пытаются обмануть, сыграть на его желании сэкономить. Он чувствует неуверенность в том, что в итоге получит продукт за данную цену.

Менеджеры интернет-магазинов, почему-то не хотят использовать, описанную в книге Роберта Чалдини «Психология влияния», тактику «дорогое = хорошее».

Программисты не хотят «опуститься» на уровень покупателя, нового клиента, для которого сделать заказ онлайн – что-то новое, непознанное и загадочное. До сих пор, в век высокоскоростных сетей, вебмастера придерживаются тактики «минимума кликов», считая, что пользователь не захочет прочитать информацию об организации, не захочет удостовериться в честности фирмы. И, дабы минимизировать затраченное время на разработку и оставить только «самое нужное», убирают ссылки на страницы, где указаны юридические данные компании, координаты, подробная информация о доставке и оплате.

Вместо этого, разработчики выводят на обозрение пользователя сжатый и высушенный минимум информации.

Часто, магазины для гарантии того, что за товар будет заплачено, требуют 100% оплаты товара и доставки пользователем.

Разумеется, да же если пользователю понравился товар, даже если цена его устраивает, магазин теряет покупателя ввиду того, что нет доверия к ресурсу. По сути, для пользователя сделать заказ означает полностью доверить кому-то существенную сумму денег, получив взамен гарантию, что финансы не пропадут и покупатель получит заказ в срок.

Именно для увеличения доверия магазин должен быть максимально открыт для пользователя. Информация не должна скрываться. Ресурс должен жить, он не может быть обезличен.

На мой взгляд, обязательные элементы страницы для сайта:

- страница «О нас», в которой кратко, но информативно описана история ресурса и его владельцы;
- страница с юридическими реквизитами фирмы;
- страница контактов, где описаны адреса, телефоны, карта проезда к офисам и точкам самовывоза, если такие имеются;
- к каждому товару/услуге должна быть возможность у покупателя написать отзыв, который публиковался бы в магазине;
- обязательны страницы, где подробно, с картинками/скриншотами, описаны варианты оплаты и доставки;
- в магазинах должно присутствовать максимальное количество способов доставки и оплаты;
- оплата должна производиться через web-интерфейсы платежных систем, так как пользователь будет уверен в том, что у магазина есть официальная договоренность с системами, а значит покупатель в какой-то мере уже защищен через банковские квитанции или оплачивая сумму только при получении товара;
- ресурс, по возможности, должен иметь максимальное количество точек контакта с пользователем. Это могут быть бесплатные, для звонящего (8-800 номера) онлайн-консультанты, формы заказа звонка, возможность задать вопрос о товаре и т.д.;
- ресурс должен присутствовать в авторитетных платных и бесплатных каталогах сайтов;
- присутствие сайта в Яндекс-маркете.

Еще одной распространенной ошибкой в интернет коммерции является некачественный контент сайта, плохие описания товара, не информативность картинок. Многие современные разработчики заботятся о том, что бы сделать интернет магазины быстрее, предоставить заманчивые предложения пользователям, но совсем не заботятся о том, как пользователь получит максимум информации о товаре/услуге.

В сети можно наблюдать множество красивых, быстрых интернет магазинов, которые совсем не дают представления о товаре. На странице

товара, магазины, жалея средств на оплату услуг фотографа или копирайтера, размещают одну фотографию и пару строк о услуге.

В итоге, покупатель просто не ощущает самого предложения, он боится того, что ввиду малой информативности имеют место недоговорки со стороны ресурса, что его обманут.

Очень важно рассказать покупателю все о параметрах товара, достоинствах и недостатках, показать его со всех сторон в прямом и переносном смысле. Сей час не сложно создать удобные галереи с фотографиями товара во всех ракурсах показывающие товар. Ведь пользователь, делая покупку через интернет, полагается практически только на то, что он видит. Некоторые гиганты торговли идут дальше и снимают 20-30 секундные видео, где кратко рассказывается о предложении.

Библиографический список

1. **Чалдини Р.** Психология влияния. М.: Дело, 2005.
2. www.habababr.ru

*Галкина К.В., Гвоздева А.Д., студ.; рук. Голубков В.В., к.э.н, доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

КОУЧИНГ КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ МЕТОДИКА ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА

Термин «коучинг» был введен в бизнес-менеджмент в начале 1990-х годов английским бизнесменом и консультантом сэром Джоном Уитмором, и дословно на русский язык его можно перевести как «наставлять, подготавливать, тренировать». Но на самом деле понятие «коучинг» включает в себя нечто большее и существенное. Это учение, возникшее на стыке менеджмента, психологии, философии, логики и жизненного опыта. Это процесс, направленный на достижение целей в различных областях жизни.

В соответствии с определением ICF (Международной Федерацией Коучинга) коучинг – это непрерывное сотрудничество, которое помогает клиентам добиваться реальных результатов в своей личной и профессиональной жизни. Посредством процесса коучинга клиенты углубляют свои знания, улучшают свой КПД и повышают качество жизни.

Основная задача коучинга – не научить чему-либо, а стимулировать самообучение, самосознание, чтобы в процессе деятельности человек смог сам находить и получать необходимые знания. Суть этого подхода заключена в раскрытии внутреннего потенциала и приведении в действие системы мотивации каждого отдельно взятого человека.

Процесс коучинга осуществляется между коучем – специалистом и клиентом. Задача коуча – помочь человеку разобраться в своих возможностях и способностях, четко осознать цели, к которым необходимо стремиться и понять пути их достижения, выйти за рамки привычных убеждений и сдерживающих его стереотипов. Коучинг – метод консультирования и тренинга, отличается от классического тренинга и классического консультирования тем, что коуч не даёт советов и жёстких рекомендаций, а ищет решения совместно с клиентом. От психологического консультирования коучинг отличается направленностью мотивации. Так, если психологическое консультирование и психотерапия направлены на избавление от какого-то симптома, работа с коучем предполагает достижение определенной цели, новых позитивно сформулированных результатов в жизни и работе.

В научной практике выделяют несколько видов коучинга. Во-первых, эта методика применяется в качестве консультативной помощи, которая включает в себя *бизнес-коучинг* для управленцев различных уровней, отдельных сотрудников, их групп и организации в целом; *лайф-коучинг* – индивидуальный коучинг, направленный на решение вопросов, связанных с личной жизнью человека, его всесторонним развитием, воспитанием умения учиться и постоянно находить потенциал для развития и улучшения жизни во всех сферах.

Во-вторых, коучинг можно рассматривать как стиль управления. В условиях современного мира руководителю уже недостаточно стандартных стилей руководства компанией и мало уметь четко ставить задачи и контролировать исполнение. Коучинговый стиль управления позволяет развить качества персонала, которые можно представить в виде схемы (рис. 1):



Рис. 1. Управление посредством коучинга

Коучинг – это прекрасная возможность одновременно раскрыть потенциал каждого сотрудника, повысить его мотивацию и ответственность за результат.

Подводя итог, можно сделать вывод, что коучинг – гораздо больше, чем только инструмент, которым менеджеры могут воспользоваться в разных ситуациях, таких как планирование, делегирование полномочий или решение проблем. Это другой взгляд на человека, более оптимистичный, нежели привычный нам. Он заставляет по-другому относиться к людям, отказываясь от ограниченных представлений о них и о себе тоже, забывая былые привычки и освобождаясь от устаревшего образа мышления. Бесспорно, эта методика и её основополагающие принципы имеют перспективное будущее.

Библиографический список

1. **Уитмор Дж.** Коучинг высокой эффективности. Пер. с англ. М.: Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2005.
2. **Аткинсон М.** Достижение целей: Пошаговая система. М.: Альпина Паблишерз, 2012.
3. **Стак Э.** Коучинг на предприятии. Станьте менеджером – тренером. 2-е междунар. изд. М.: Институт консультирования системных решений, 2006

*Головцов Д.С., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

РЕБРЕНДИНГ В СФЕРЕ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК

Ребрендинг как активная маркетинговая стратегия широко распространён во всех отраслях экономики. В сфере авиаперевозок, как отечественных, так и зарубежных, он не просто распространён, а весьма популярен.

Эксперты по-разному объясняют столь широкую популярность ребрендинга у авиаперевозчиков: обновление авиапарка, выход на новые внутренние и иностранные рынки, расширение маршрутной сети, пересмотр политики формирования тарифов. Всё это, безусловно, является одними из основополагающих причин. Не менее важной, а быть может и основной, является причина самой специфики авиаперевозок, связанной с выполнением полётов и их особенностями. Не редкость авиапроисшествий и авиакатастроф, качество технического обслуживания авиапарка, возраст флота и компетентность лётного состава – эти факторы накладывают свой отпечаток на имидж той или иной авиакомпании. Добиться лояльности потенциальных пассажиров по известным причинам сложно. Сохранить это отношение не менее трудно. Потеряв доверие пассажиров,

восстановить его уже невероятно тяжело. Это связано с тем, что от результатов деятельности персонала авиакомпании зависят жизни большого числа людей.

Что же касается российских авиаперевозчиков, то их количество велико. Многие компании появились на российском рынке авиаперевозок в результате разделения единой на советском пространстве государственной компании «Аэрофлот». Пятёрку крупнейших авиаперевозчиков России по пассажирообороту и капитализации составляют такие компании как: «Аэрофлот», «Трансаэро», «ЮТэйр», «Сибирь (S7)», «Россия». Среди перечисленных компаний есть как государственные, где правительство имеет контрольный пакет акций, так и частные. Количество перевезённых ими пассажиров за 2012 год составляет порядка 74 млн. человек. Рост по сравнению с 2011 годом около 20%. Определяющим фактором при выборе авиакомпании является величина тарифов на авиаперевозки, а также политика обеспечения безопасности на борту. В общем и целом оценить качество работ в сфере авиационной безопасности в той или иной компании достаточно сложно. Среднестатистический россиянин – пассажир, не имеющий чёткого представления о деятельности авиакомпаний и служб авиаузлов, чёткой оценки дать не сможет. Поэтому при выборе авиаперевозчика, потребитель уделяет особое внимание популярности и раскрученности бренда компании, состоянию и марке флота, статистике авиапроисшествий и прочему. Определяющими эти критерии часто становятся при одинаковых тарифах на перевозку в один и тот же пункт назначения в разных авиакомпаниях. Если рассматривать случаи ребрендинга, рестайлинга авиакомпаний России и связывать их именно с статистикой авиапроисшествий, то можно увидеть прямую связь.

Авиакомпания «Трансаэро» – второе место по объёму перевозок среди российских авиакомпаний. Располагает в подавляющем большинстве авиапарком иностранного производства. Занимает шестнадцатое место в мире по надёжности и безопасности полётов. За двадцатилетнюю историю своей деятельности не имеет ни одного случая гибели пассажиров по причине авиапроисшествий или авиакатастроф. Ни один самолёт компании не попал в авиакатастрофу. Логотип, название и визуальное оформление не претерпели изменений за всю историю существования компании. Благодаря своей политике в области обеспечения безопасности пассажиров и персонала, качеству услуг и узнаваемости бренда, компания имеет большое число постоянных клиентов как в лице пассажиров так и туристических операторов, пользующихся услугами компании в сфере чартерных перевозок.

Другая история у лидера перевозок, национального перевозчика России – авиакомпании «Аэрофлот». Оценивая результаты деятельности компании в постсоветский период, стоит отметить большое количество

постоянных клиентов компании. «Аэрофлот» располагает самым молодым авиапарком среди российских авиакомпаний. Его средний возраст около 5 лет, что положительно сказывается на коммерческой деятельности компании. Собственный аэровокзальный комплекс, тесное сотрудничество с крупнейшими авиакомпаниями мира в рамках крупного мирового альянса авиаперевозчиков Sky Team, высокое качество сервиса, известность «Аэрофлота» как бренда позволило компании завоевать высокий уровень лояльности потребителей. Но в отличие от предыдущей авиакомпании внешний облик и логотип «Аэрофлота» претерпели серьёзное изменение. Компания сначала частично, а позже и полностью отказалась от советского оформления своих воздушных судов и оформления атрибутики сервиса. Однако, название и логотип серьёзного изменения не получили. Стоит отметить и негативные факты из постсоветской истории авиаперевозчика. После авиакатастрофы борта компании «Аэрофлот-Норд», дочерней компании «Аэрофлота», в Перми, договор об использовании кода и бренда был расторгнут. Основная формулировка представителей «Аэрофлота»: «В целях снижения рисков для своего бренда...». Сейчас «Аэрофлот-Норд» носит название «Нордавиа». То же самое произошло и с другой дочерней компанией – «Аэрофлот-Дон», ныне «Дон-авиа».

И, наконец, самый яркий пример ребрендинга в сфере отечественных пассажирских авиаперевозок и один из самых известных в мире – это ребрендинг авиакомпании «Сибирь». С 15 марта 2006 года авиакомпания предлагает свои услуги под товарным знаком «S7 Airlines». Имидж компании сменился во всём: от динамичного оформления касс обслуживания, салонов самолётов, униформы сотрудников до самих самолётов и их визуального оформления. Причинами ребрендинга руководство компании называло рост капитализации, выход на новые иностранные рынки, замена советского авиапарка иностранным и прочее. С тех пор авиакомпания перестала быть региональной и получила широкую известность в мире. Однако, стоит также отметить и тёмные стороны истории перевозчика до ребрендинга и даже после. В 2001 году потерпел крушение борт компании по причине ошибочных действий украинских военных ПВО. Самолёт был сбит над Чёрным морем. В 2004 году компания потеряла ещё один борт по причине террористического акта. Все пассажиры и члены экипажа погибли. Летом 2006 года при посадке в Иркутске разбился ещё один борт компании. Погибших также было много. Все эти катастрофы негативно отразились на имидже компании. Однако, на сегодняшний день «S7 Airlines» занимает лидирующие позиции в сфере внутренних перевозок в России. Компания тратит значительные средства на обеспечение безопасности полётов и обновление авиапарка, а «S7» как

бренд невероятно узнаваем и популярен. Сменив региональное название «Сибирь» на броское «S7», обновив флот и перекрасив самолёты из скучных бело – синих тонов в ярко – зелёные и красные цвета компания, как и вышеописанные конкуренты, имеет большое число постоянных клиентов. Чисто юридически название компании так и осталось ОАО «Авиакомпания Сибирь».

Таким образом, ребрендинг в сфере авиаперевозок имеет широкое распространение. При ежегодном росте пассажирооборота, компании и дальше будут использовать разные способы привлечения потребителей. От снижения стоимости на перелёты и систем скидок, повышения качества обслуживания и обеспечения безопасности до ребрендинга.

Библиографический список

1. <http://www.favt.ru>.
2. <http://www.gks.ru>.

*Гришин А.Л. студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «НИАЭП»)

Основателем классической школы управления считается французский горный инженер А. Файоль, который внес огромный вклад в науку управления. Неслучайно американцы называют А. Файоля отцом менеджмента. Функционирование любой организации А. Файоль сводил к следующим основным видам деятельности: технической, то есть осуществлению производственного процесса; коммерческой, заключающейся в закупке всего необходимого для создания товаров и услуг и сбыте готовой продукции; финансовой, связанной с привлечением, сохранением и эффективным использованием денежных средств; бухгалтерской, заключающейся в проведении статистических наблюдений, инвентаризаций, составлении балансов и т.п.; административной, призванной оказывать воздействие на работников; функции защиты жизни, личности и собственности людей.

Каждый из этих видов деятельности нуждался в управлении, предполагавшем осуществление функций планирования, организации, координации, контроля, мотивации.

Глубоко осмыслив закономерности функционирования организации, А. Файоль сформулировал знаменитые 14 принципов административного управления, которые сохраняют свое значение и по сей день. Проявление

этих принципов можно проследить на примере предприятия ОАО «НИАЭП»:

1. Разделение труда. Цель разделения труда – увеличивать объем и повышать качество производства при затрате тех же усилий.

2. Власть – ответственность. Власть – есть право отдавать распоряжения и сила, принуждающая подчиняться. Власть немыслима без ответственности, то есть без санкции – награды или кары, сопровождающих ее действия. Всюду где действует власть, присутствует и ответственность. Этот принцип широко применяется на ОАО «НИАЭП», поскольку от итогов работы этого предприятия зависит не только его прибыль, но и безопасность страны.

3. Дисциплина – это по существу, повиновение, усердие, манера держать себя, внешние знаки уважения, проявленные соответственно установленному между предприятием и его служащими соглашению. Состояние дисциплины всецело зависит от руководителей. Благодаря очень сильному аппарату управления ОАО «НИАЭП» достигается отличная дисциплина персонала предприятия. Так же реализуется комплексная программа по борьбе с хищениями и мошенничеством в Госкорпорации и в организациях, входящих в ее контур управления.

4. Единство распорядительства. Служащему может давать приказания относительно какого-либо образа действия только один начальник. Ни в одном из случаев не бывает приспособления социального организма к дуализму распорядительства.

5. Единство руководства. Этот принцип можно выразить так: один руководитель и одна программа для совокупности операций, преследующих одну и ту же цель. В ОАО «НИАЭП» единоличным исполнительным органом является Президент ОАО «НИАЭП» Лимаренко Валерий Игоревич.

6. Подчинение частных интересов общим. Этот принцип гласит, что на предприятии интересы служащих, или группы служащих, не должны становиться выше интересов предприятия. Этот принцип отражен в корпоративном кодексе ОАО «НИАЭП».

7. Вознаграждение персонала. Вознаграждение персонала есть оплата исполненной работы. Она должна быть справедливой и по возможности удовлетворять персонал предприятия, нанимателя и служащего. Помимо этого в ОАО «НИАЭП» реализуется значительный комплекс мероприятий, направленных на охрану здоровья сотрудников, поддержку материнства и детства, организацию отдыха и оздоровления сотрудников и членов их семей, социальную поддержку работников и ветеранов предприятия.

8. **Централизация.** Централизация не является системой управления, хорошей или плохой сама по себе: она может быть принята или отвергнута в зависимости от тенденций у руководителя и от обстоятельств, но в большей или меньшей степени она существует всегда. Вопрос о централизации или децентрализации — вопрос меры. Дело сводится к нахождению степени централизации, наиболее благоприятной для предприятия.

9. **Иерархия.** Иерархия есть ряд руководящих должностей, начиная с низких и заканчивая высокими.

10. **Порядок.** Общеизвестна формула материального порядка: определенное место для каждой вещи и всякая вещь на своем месте. Форма социального порядка такова: определенное место для каждого лица и каждое лицо на своем месте. Для ОАО «НИАЭП» этот принцип является, пожалуй, фундаментальным, исходя из специфики работы предприятия.

11. **Справедливость.** Для того, чтобы поощрить персонал к исполнению своих обязанностей с полным рвением и преданностью, надо относиться к нему благожелательно; справедливость есть результат сочетания благожелательности с правосудием. В ОАО «НИАЭП» внедрена система мотивации персонала – включает в себя все, что наемный работник может ценить и желать, и что работодатель в состоянии или желает предложить в обмен на вклад наемного работника в выполнение организацией ее миссии.

12. **Постоянство состава персонала.** Текучесть персонала является одновременно причиной и следствием плохого состояния дел. Тем не менее, смены в составе неизбежны: возраст, болезни, отставки, смерть нарушают состав социального образования; некоторые служащие теряют способность выполнять свои функции, другие же оказываются неспособными брать на себя более ответственную работу. Руководство ОАО «НИАЭП» заинтересовано в высокопрофессиональном персонале и делает все, чтобы предложить лучшие условия труда для них.

13. **Инициатива.** Инициативой называется возможность создания и осуществления плана. Свобода предложения и осуществления его также относится к категории инициативы. Этот принцип широко распространен во всех сферах деятельности предприятия и реализуется производственной системой «Росатом».

14. **Единение персонала (корпоративный дух).** Не надо разделять персонал. Разделять враждебные нам силы для того, чтобы их ослабить – дело искусное; но разделять собственные силы в предприятии – тяжкая ошибка. Традиционными в ОАО «НИАЭП» являются корпоративные Дни здоровья с выездом за город, в том числе семейные Дни здоровья, приуроченные ко Дню защиты детей. Ежегодно в рамках празднования Дня образования компании организуется праздничный прогулочный рейс

на теплоходе «Отдых». Оздоровительные корпоративные мероприятия способствуют формированию благоприятного социального климата в коллективе и пользуются большим успехом у работников компании.

Существуют ли универсальные правила управления и как они соотносятся с вышеприведенными правилами Файоля – вопрос дискуссионный и вряд ли вообще решаемый. Однако тот факт, что простые правила, сформулированные почти сотню лет назад, и сегодня способны сильно облегчить жизнь менеджеру, неоспорим, как неоспорима роль Файоля в становлении менеджмента как такового.

Библиографический список

1. **Файоль А.** Общее и промышленное управление. М.: Дело, 1991.
2. Управление – это наука и искусство / А.Файоль, Г. Эмерсон, Ф. Тэйлор, Г.Форд. М.: Республика, 1992.
3. <http://www.niaep.ru>

*Гусева С.Е., студ.; рук. Голубков В.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

УЧЕБНАЯ МОТИВАЦИЯ. МОТИВАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА

Как известно, мотивация – это процесс побуждения человека к тем или иным действиям. Главной целью каждого современного человека является получение престижной профессии, что бы впоследствии получить достойную высокооплачиваемую работу. Поэтому в рамках современной науки будет актуально рассмотрение учебной мотивации.

Побудителем учебной деятельности является система мотивов, органично включающая в себя:

- познавательные потребности;
- цели;
- интересы;
- стремления;
- идеалы;
- мотивационные установки, которые придают ей активный и направленный характер.

Названная система мотивов образует *учебную мотивацию*, которая характеризуется как устойчивостью, так и динамичностью.

Учебная мотивация определяется как частный вид мотивации, включенный в определенную деятельность, – в данном случае деятельность учебную. Учебная мотивация позволяет развивающейся личности

определить не только направление, но и способы реализации различных форм учебной деятельности, задействовать эмоционально-волевую сферу. Она выступает в качестве значимой многофакторной детерминации, обуславливающей специфику учебной ситуации в каждый временной интервал.

Как и любой другой вид, учебная мотивация определяется целым рядом специфических для той деятельности, в которую она включается, факторов:

- характером образовательной системы;
- организацией педагогического процесса в образовательном учреждении;
- особенностями самого обучающегося;
- личностными способностями преподавателя и прежде всего системой его отношений к обучаемому, к педагогической деятельности;
- спецификой учебного предмета.

Активность обучающегося имеет различные источники. Принято выделять 3 вида источников активности:

- внутренние;
- внешние;
- личные.

К внутренним источникам учебной мотивации относится стремление к социально одобряемым действиям и достижениям. Внешние источники определяются условиями жизнедеятельности обучающегося, к которой относятся требования, ожидания и возможности. Особое место занимают личностные источники. К их числу относятся интересы, потребности, установки, эталоны, стереотипы и другие, которые обуславливают стремление к самосовершенствованию, самоутверждению и самореализации в учебной деятельности.

На основе вышеперечисленных источников активности выделяют следующие группы мотивов:

- социальные;
- познавательные;
- личностные.

Личностные, т.е. чувство самоуважения и честолюбия, стремление пользоваться авторитетом у сверстников и др. К познавательным относят такие мотивы как собственное развитие в процессе обучения, познание нового и неизвестного. К социальным – понимание необходимости обучения для дальнейшей жизни с учетом перспектив трудоустройства, процесс обучения, как возможность общения и похвалы от значимых лиц. Они являются вполне естественными и полезными в учебном процессе, но их нельзя отнести к внутренним формам учебной мотивации.

В большей степени, чем вышеприведенные, обусловлены внешними моментами такие мотивы как:

- учеба как вынужденное поведение;
 - процесс учебы как привычное функционирование;
 - учеба ради лидерства и престижа;
 - стремление оказаться в центре внимания.
- Учебные, как и любые другие мотивы, имеют ряд функций:
- побуждающая;
 - направляющая;
 - регулирующая.

Наряду с данными функциями, в других классификациях так же допустимы стимулирующая, управляющая, организующая, структурирующая, смыслообразующая, контролирующая и защитная функции мотивов.

Мотивационная сфера субъекта учебной деятельности, или его мотивация, не только многокомпонентна, но разнородна и разноуровневна, что лишний раз убеждает в чрезвычайной сложности не только ее формирования, но и учета, и даже адекватного анализа.

Следовательно, в организации современного учебного процесса большую роль играет мотивация студентов. Мотивация студентов является одной из самых сложных педагогических проблем настоящего. Мотивационными процессами в обучении студентов можно и нужно управлять: создавать условия для развития внутренних мотивов, стимулировать студентов.

Во время огромного объема информации предоставляемых источником как медиа, интернет, социальные сети, является очень сложным мотивировать студента к обучению, систематической работе, искать новое информации и эффективно использовать их в процессе обучения и жизни. Как надо мотивировать студента, что бы его обучение принесло желаемые эффекты и пользу не только ему а и обществу? Это вопрос для психологов, педагогов и общества.

Время объективно требует изменения роли и места преподавателя в учебном процессе. Студент должен быть действующим лицом, а преподаватель - его партнером в обучении и развитии. Учебно-воспитательный процесс должен базироваться на психолого-педагогическом проектировании развития каждого студента, на создании мотивации, на субъектно-субъектных отношениях участников обучения.

Мотивации студентов долгое время не уделялось должного внимания. Между тем, в 21 веке это один из наиболее эффективных способов улучшить процесс обучения и его результаты долгих лет семинаров, лекции и сессий. Мотивы и мотивация является движущей силой процесса обучения и усвоения информации и материала. Именно мотива-

ция основное средство, которое даст возможность повысить уровень заинтересованности студентов к учебному процессу, позволит повысить их личный научный, творческий потенциал.

Говоря о мотивах для обучения, можно классифицировать эти мотивы по направленности и содержанию:

- социальные – долг, ответственность, понимание значимости обучения для всего общества;
- познавательные – стремление больше знать, стать эрудированным;
- профессионально-ценностные – расширение возможностей устроиться на перспективную и интересную работу;
- эстетические – от обучения получается удовольствие, раскрываются свои скрытые способности и таланты;
- коммуникативные – возможность расширения своего круга общения посредством повышения своего интеллектуального уровня и новых знакомств;
- статусно-позиционные – стремление через учение или общественную деятельность утвердиться в обществе;
- традиционно-исторические – установленные стереотипы, которые возникли в обществе и укрепились с течением времени;
- утилитарно-познавательные – стремление усвоить отдельный интересный предмет и научиться самообразованию;
- неосознанные мотивы – основано на полном непонимании смысла получаемой информации и полном отсутствии интереса к познавательному процессу.

Эти мотивы могут сливаться, образуя общую мотивацию для обучения.

Одно из наиболее часто встречаемых препятствий процесса обучения состоит в утрате студентом мотивации к продолжению обучения. Потеря мотивации может представлять собой серьезное осложнение, поскольку студенту в этом случае крайне трудно сосредоточиться на выполнении заданий. Гораздо сложнее становится готовиться к выполнению тестовых заданий, к сдаче экзаменов и завершению проектов. Именно мотивация провоцирует человека преодолевать по ходу учебы различные трудности, чувство скуки или утомления. Без мотивации сама задача обучения теряет смысл. Однако тех, кто опасается возможной потери мотивации, можно легко успокоить. Желание и способность учиться могут быть стимулированы искусственными приемами.

В методы стимулирования мотивации возможно включить следующие практические рекомендации:

- Поставить перед учащимися привлекательную, конкретную цель, чтобы работать над ее достижением было интересно.

- Мотивировать студентов к активности на других местах движения информацией (интернет-форумах, посвященных курсу, он-лайн курсам).
- Предоставить студентам возможность общаться между собой путём альтернативных форм как конференции, посещения музеев, профессиональных учреждений, компании, на работу в которых студенты устраиваются, т.е. развитие коллективных форм обучения.
- Симулированные ситуации в реальной жизни при процессе обучения (на основе метода «Кейс – стади»).
- Создание благоприятного психологического климата для развития личности.

В настоящее время перед преподавателями вузов стоит задача по созданию таких условий, при которых студенты за короткие сроки могли усваивать максимально возможное количество знаний вместе с приобретением навыков их творческого применения на практике.

Именно мотивация основное средство, которое даст возможность повысить уровень заинтересованности студентов к учебному процессу, позволит повысить их личный научный, творческий потенциал. Как мотивировать студентов к обучению – это важный и основной вопрос не только педагогов.

В 21 веке, когда доступ к информации является уже не сложным вопросом, возникает другой вопрос – как мотивировать учащихся к постоянному изучению материалов и эффективному выбору и усвоению полезных знаний. Особенную роль при возникновении мотивации играет интерес и возбуждение интереса к любимой отрасли исследования, обучения. Ответственность за мотивацию студентов к обучению и её повышению принадлежит не только преподавателям и семье. Степень мотивации студентов к обучению и их стремление – это зеркало общества. А ведь именно молодая интеллигенция является основным потенциалом, основой стабильного развития экономик отдельных стран, основной созидательной силой в этом нестабильном мире.

Библиографический список

1. **Маркова А.К.** Формирование интереса к учению у учащихся. М., 2000.
2. **Хекхаузен Х.** Мотивация и деятельность. Т.1. Пер. с нем. М., 1986.
3. **Мильман В.Э.** Внутренняя и внешняя мотивация учебной деятельности // Вопросы психологии. 1987. №5.

*Евсеев П.Н., студ.; рук. Чернов С.С., к.э.н., доц.
(НГТУ, г. Новосибирск)*

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНОСТРАННОЙ ПРАКТИКИ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ С ПОЗИЦИЙ КОНЦЕПЦИИ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ ГРУПП

Одной из наиболее острых проблем развития топливно-энергетического комплекса России является проблема энергосбережения. От ее успешного решения во многом зависит жизнеспособность экономики страны. В настоящее время в России реализация энергосберегающих мероприятий сталкивается с рядом препятствий и поэтому очень мало энергосберегающих проектов реализуются в полной мере. С целью интенсификации реализации энергосберегающих мероприятий требуется разработка предложений по совершенствованию механизма их поддержки.

Для понимания того, за счет чего можно повышать энергоэффективность экономики России и развивать энергосбережение в стране, необходимо изучить опыт реализации энергосберегающих мероприятий за границей. Требуют рассмотрения подходы к реализации политики энергосбережения в странах, добившихся наиболее заметных результатов по данному направлению.

Достичь успеха в проектах энергосбережения можно только объединив усилия всех заинтересованных сторон. Поэтому, для систематизации полученных результатов за основу была принята концепция заинтересованных групп и рассмотрены различные подходы к реализации энергосберегающих мероприятий по отношению к следующим стейкхолдерам: государство, местные органы власти, банки, потребители и энергоснабжающие организации. В качестве примера можно привести пример формализации механизма реализации энергосберегающих мероприятий в Японии (**рис. 1**).

Аналогичным образом было проведено исследование опыта реализации программ энергосбережения Германии, Австрии, США, Швеции и Республики Беларусь.

Можно сказать, что за границей были достигнуты значительные успехи в области энергосбережения. В большинстве случаев толчком к развитию энергосбережения и развития альтернативной энергетики послужил нефтяной кризис 1973 года. Правительства многих стран, ощутив на себе последствия кризиса, приняли решения активно развивать альтернативную энергетику и энергосбережение.

ИНИЦИИРУЮЩИЙ СТЕЙКХОЛДЕР: ГОСУДАРСТВО		
Наименование	Интересы	Действия, результаты
Государство	Повышение конкурентоспособности национальной экономики Сокращение вредных выбросов, Киотский протокол	Принятие закона об энергосбережении в 1979 г., редакции 1999 г., 2003 г. Жесткий контроль над энергопотреблением крупных и средних потребителей
Местные власти	Снижение энергоёмкости жилых домов	Принятие в 1980 г. новых нормативов для жилых и общественных зданий Ужесточение нормативов в 1997 г. еще на 20%.
Промышленные предприятия	Сокращение издержек в процессе производства Избежание штрафов	Назначение менеджеров по энергетике на предприятии Составление планов по потреблению энергии и отчётов о реальном использовании
Банки	Увеличение количества клиентов Увеличение кредитного портфеля	Предоставление кредитов на цели повышения энергоэффективности
Энергоснабжающие организации	Переход на альтернативное топливо Сокращение издержек	Развитие геотермальной энергетики Установление солнечных батарей на 1 млн. жилых домов
Коммунально-бытовые потребители	Сокращение платы за энергию Улучшение экологии	Изучение различных способов сбережения энергии в домашних условиях Покупка экономичной бытовой техники
Стартовые условия:		
дефицит энергетических ресурсов; ограниченность территории;		рыночная экономика; высокая доля в отраслевой структуре высокотехнологичных компаний;

Рис. 1. Механизм реализации программ энергосбережения и повышения энергетической эффективности в Японии (разработано автором)

В разных странах реализация программ энергосбережения проходила по-разному: например, в Японии, государство установило жесткий контроль за энергопотреблением крупных промышленных предприятий, налагая крупные штрафы за превышения разрешенного потребления,

таким образом, принуждая предприятия внедрять энергосберегающие технологии. В Европе государство в большинстве случаев стимулирует реализацию энергосберегающих мероприятий выделением субсидий из федерального и муниципальных бюджетов, освобождением от налогов и другими экономическими стимулами. Также распространена практика поддержки компаний, работающих на альтернативных видах энергии.

Сходство программ энергосбережения разных стран заключается в том, что практически повсеместно главным инициатором является государство. Для реализации намеченного курса, создаются специальные уполномоченные органы, разрабатывающие программы, вводящие законы об энергосбережении и следящие за проведением всех мероприятий. Для стимулирования применяются разные экономические методы мотивации предприятий и всех жителей страны. Во многих странах проводится курс на популяризацию энергосбережения среди населения. Это и реклама, и различные семинары, и даже разнообразные конкурсы для детей. Также важным элементом политики энергосбережения является наглядный пример, поданный чиновниками. Речь идет о всевозможных ограничениях энергопотребления государственными работниками. Это и ограничение расхода топлива автомобилями работников администраций, и установка солнечных батарей на зданиях администрации, и множество других акций.

Итогом данного обзора должно послужить использование успешного иностранного опыта энергосбережения для России. Наиболее полезным, на наш взгляд, является опыт Швеции, США и Беларуси. Швеция схожа с Россией по климатическим условиям и также имеет централизованное теплоснабжение. Перед США, как и перед Россией, в настоящее время стоит задача создания эффективной системы энергосбережения и повышения энергетической эффективности. Республика Беларусь близка к нам по менталитету. Исследование зарубежного опыта очень важно в ходе анализа и разработке рекомендаций по совершенствованию отечественной системы.

Исследован ход реализации энергосберегающих мероприятий в России. При анализе результатов также использовалась концепция заинтересованных групп и те же стейкхолдеры, что и при анализе иностранного опыта. Оказалось, что механизмов реализации энергосберегающих мероприятий не так много, а те которые существуют, пока не могут работать полноценно. По каждому стейкхолдеру были сопоставлены механизмы реализации и результаты, достигнутые за границей и у нас. Используя полученные результаты, разработаны рекомендации для каждого стейкхолдера, направленные на улучшение сложившейся ситуации с энергосбережением в России.

Проведено детальное исследование состояния жилого фонда г. Новосибирска. Выявлено, что порядка 40 % жилого фонда было введено в эксплуатацию более 30 лет назад; 30% жилых домов в г. Новосибирске панельные, 20 % – деревянные. Уже только эти данные вызывают серьезную тревогу в плане стандартов энергоэффективности, что подтверждается фактическими данными. Общий потенциал энергосбережения в НСО, по оценкам Новосибирского межотраслевого фонда энергосбережения, достигает 1,8-2 млн. тонн условного топлива. Доля тепловой энергии в общем потенциале энергосбережения области составляет 75%, электроэнергии – 25%. Анализ показал, что в регионе имеется определенный опыт реализации энергосберегающих мероприятий, но результаты не столь масштабны, как планировалось.

Для оценки действенности разработанных рекомендаций был выбран реальный проект повышения энергоэффективности жилого дома Новосибирска, реализуемых в рамках энергосервисного договора. Проект предусматривал установку общедомового индивидуального теплового пункта, промывку общедомовой системы отопления (при необходимости и наличии технической возможности), установку частотно-регулируемых приводов на асинхронные электродвигатели лифтов. Совокупная стоимость реализации указанных мероприятий составляет порядка 1500 тыс. руб. Расчеты показывают, что с учетом разработанных рекомендаций проект повышения энергоэффективности жилого дома может получить поддержку инвесторов (дисконтированный срок окупаемости 5,46 лет, внутренняя норма доходности – 23 %, чистый дисконтированный доход – 682 тыс. руб.), а энергосервисные контракты могут стать реальным и действенным механизмом повышения энергетической эффективности в сфере ЖКХ.

Разработанные авторами рекомендации по совершенствованию системы правового, организационного и информационного обеспечения энергосбережения и повышения энергетической эффективности в России могут дать существенный эффект не только в региональном, но и в национальном масштабе.

Библиографический список

1. **Абдуллина А.Р.**, Владимиров И.А. Жилищно-коммунальное хозяйство в России // Проблемы современной экономики: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). Челябинск: Два комсомольца, 2011.
2. **Гаврилин П.А.** Энергосбережение и энергообеспечивающие организации. Есть ли конфликт интересов? / Энергосовет № 8 (13). 2010 [Электронный ресурс]. Режим доступа http://www.energosoвет.ru/bul_stat.php?idd=113.

*Еловигов А.С., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «АВТОВАЗ»)

Инновационный менеджмент – управленческая деятельность, ориентированная на получение в производстве нового положительного качества различного свойства (продуктового, технологического, информационного, организационного, собственно управленческого и др.) в результате разработки и реализации неординарных управленческих решений.

Основная задача инновационного менеджмента – управление инновационными процессами на любом уровне посредством их качественного и количественного изменения в результате применения адекватных методов организации и управления, обеспечивающих единство науки, техники, производства и потребления, т.е. удовлетворение общественных потребностей в инновационном продукте.

Кроме этого одной из важнейших задач инновационного менеджмента является формирование среды, которая бы воспроизводила и осуществляла целенаправленный поиск, подготовку и реализацию нововведений, обеспечивающих конкурентоспособность организации.

Прежде всего, инноватика – это отрасль знаний, охватывающих широкий круг вопросов от создания новых знаний до трансформации их в новшества и распространение новшеств. Это отрасль знаний, находящихся на стыке ряда областей, в том числе: науки, инженерного проектирования, предпринимательства, экономики, финансов, социологии, организации, производства, информатики, маркетинга, логистики, управления, педагогики.

Инновация (нововведение) – это конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта.

Неправомерно в понятие «инновация» включать разработку инновации, ее создание, внедрение и изменение. Эти этапы относятся к инновационной деятельности как процессу, результатом которого могут быть новшества или инновации (либо к процессу создания нововведения).

Новшество, задействованное в динамике, и до определенной степени развившееся, становится нововведением. С момента принятия к распространению новшество приобретает новое качество и становится инновацией.

Серьезные проблемы у компании начались до того, как экономический кризис в РФ вступил в острую фазу. Кризис лишь ускорил негатив-

ные процессы на предприятии и заставил чиновников скорее прибегнуть к решительным мерам. Всякий раз помощь автоконцерну увязывалась не столько с экономической целесообразностью, сколько с необходимостью предотвратить социальные волнения, неминуемые в случае краха «АвтоВАЗа». На сегодняшний день на предприятии работают свыше 100 тыс. человек, то есть примерно каждый шестой житель Тольятти.

Однако государственная помощь не улучшила ситуации в компании. Чистый убыток «АвтоВАЗа» по МСФО по итогам 2008 г составил 24,7 млрд. рублей против прибыли в 3,7 млрд. рублей в 2007 г. Выручка «АвтоВАЗа» за 2008 г увеличилась на 2,4% - до 192,1 млрд. рублей.

Помощь, оказываемая автогиганту, оказалась бессмысленной. Ни уговоры, ни пошлины сегодня не в состоянии заставить покупателей приобретать товар уровня вчерашнего дня. Проблемы «АвтоВАЗа» носят системный характер, и вывести компанию из кризиса можно лишь с помощью системных реформ – по сути полной ее реорганизации, которая позволила бы выпускать продукцию принципиально иного качества.

Проделав анализ данной отрасли и изучив ее новые идеи, я считаю перспективной разработку и массовое производство автомобилей на электротяге. Во-первых, в реорганизации завода будет задействовано большое количество рабочих, таким образом будет стабилизирована ситуация на рынке труда Тольятти. Во-вторых, так как рынок электромобилей только начинает осваиваться европейскими и азиатскими странами, то можно предположить, что «АвтоВАЗ» сможет занять свою нишу на мировом рынке.

В-третьих, для подготовке и проведении олимпиады «Сочи-2014», не будет необходимости в закупке электромобилей за границей. В-четвертых, инвестиции в создание качественно нового продукта окажет поддержку не только «АвтоВАЗу», но и другим крупным градообразующим заводам, таких как Сызранский «Пластик» и «Балаковорезинотехника».

Библиографический список

1. **Лапин Н.И.** Теория и практика инноватики. М.: Логос, 2010.
2. **Колосов В.Г.** Основы инноватики. СПбГТУ. 1999.

*Забродина С.Д. , студ.; рук. Лапина О.И. , доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Создание систем эффективного управления организациями самого разного характера и сферы деятельности является одной из задач, стоящих перед современным менеджментом. В число наиболее передовых методов построения систем эффективного управления входит процессный подход к управлению.

Процессный подход является важнейшим признаком совершенного управления и используется в качестве базового в международных стандартах ISO серии 9000-2000. Суть процессного подхода заключается в том, что организация рассматривается как совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих процессов, а управление организацией осуществляется посредством управления этими процессами.

Процессный подход отражает связь основных функций менеджмента:

- планирование – определение целей единого направления усилий;
- организация деятельности – горизонтальное и вертикальное разделение труда, распределение полномочий и ответственности;
- мотивация – совмещение организационных и личных целей работников;
- контроль – проверка достижения целей и корректировка планов;
- связующие процессы: коммуникации и принятие решений.

Преимущества процессного подхода заключаются в том, что он формирует следующие возможности:

- усиливает ориентацию работы на запросы и интересы внутренних и внешних потребителей;
- обеспечивает прозрачность протекания процессов;
- каждый сотрудник понимает, какую роль он играет в общих процессах организации;
- позволяет понять, где и когда создаются конкретные продукты и услуги;
- систематизирует деятельность по улучшению.

Современное состояние российской экономики характеризуется все более возрастающей степенью конкуренции между различными субъектами хозяйственной деятельности. Организации, которые по различным причинам не смогли адаптироваться к сложившимся экономическим реалиям, все чаще начинают показывать отрицательные экономические по-

казатели. Добиться гибкости и положительного экономического эффекта позволяет использование передовых управленческих идей, одной из которых является идея процессного подхода.

К настоящему моменту довольно много написано о сущности процессов, процессном управлении, процессных структурах и т.п. Авторы утверждают, что процессный подход успешно используют компании мирового уровня, что применение процессного подхода является одним из важнейших факторов успеха [3]. При этом гораздо меньше публикаций, описывающих реальное состояние процессного управления на российских предприятиях, анализирующих особенности, проблемы и перспективы развития этого подхода в различных направлениях организационной деятельности, включая деятельность по управлению персоналом. Между тем разработка и реализация процессного подхода в управлении персоналом связаны с множеством сложностей, требующих исследования и обоснования способов их преодоления.

Процессное управление – планомерная деятельность по формированию целенаправленного поведения организации посредством выделения, описания и менеджмента системы взаимосвязанных и взаимодополняющих процессов и их ресурсного окружения.

Устойчивой тенденцией в России является рост численности предприятий, обратившихся в своей деятельности к процессно-ориентированной концепции менеджмента.

В период 1997-2004 гг. описанием и управлением бизнес-процессов занимались преимущественно крупные организации, главной целью которых были внедрение системы менеджмента качества и прохождение сертификации. Впоследствии именно эти предприятия убедились на своем опыте в преимуществах процессного подхода. Начиная с 2005 г. многие предприятия стали внедрять процессное управление уже не только ради формальных целей, но и для решения задач оптимизации организационной структуры, улучшения бизнес-процессов, регламентации деятельности.

Активизацию деятельности организаций по разработке и внедрению процессного управления можно связать с обострением общемировой конкурентной борьбы, процессами вступления Российской Федерации во Всемирную торговую организацию и связанным с этим открытием собственного рынка для товаров и услуг ведущих зарубежных компаний. Все это требовало от отечественных предприятий непрерывного повышения качества выпускаемой продукции, постоянного совершенствования процессов, радикального изменения своих систем управления деятельностью [1].

Одним из способов анализа степени развития процессного управления в современных российских организациях служит оценка его уровня зрелости. Эту оценку можно произвести с помощью шкалы, предложенной аналитической компанией Gartner [2]:

- нулевой уровень: понимание неэффективности (Acknowledge Operations Inefficiency);
- первый уровень: знание процессов (Process Aware);
- второй уровень: внутривидовая автоматизация и контроль (Intraprocess Automation and Control);
- третий уровень: межвидовая автоматизация и контроль (Interprocess Automation and Control);
- четвертый уровень: управление цепочкой добавленной стоимости (Enterprise Valuation Control);
- пятый уровень: адаптивная структура бизнеса (Agile Business Structure).

Идеология процессного управления активно продвигается в России, и если в начале 21-го века большинство менеджеров ничего не знали о понятии «бизнес-процесс», то теперь процессные технологии в управлении активно используются многими российскими компаниями. Сейчас большинству российских руководителей уже хорошо известно, что источники конкурентного преимущества зачастую «защиты» в бизнес-процессы компании.

На практике максимальная польза от использования процессного управления выявлена в тех компаниях, которые работают на высококонкурентных рынках. Конкуренция в отрасли приводит к необходимости подстраиваться под потребности клиента, что требует изменения системы полномочий и ответственности в компании. Для обеспечения такой клиенто-ориентированности в компании необходимо появление новой роли – владельца процесса, отвечающего за бизнес-процесс в целом.

Итак, владелец бизнес-процесса – это лицо внутри компании, которое обладает всеми необходимыми полномочиями в отношении бизнес-процесса, как на операционном уровне, так и на уровне логики его исполнения. Фактически он отвечает за весь бизнес-процесс и основной его интерес это удовлетворение потребности клиента, тогда как при функциональном подходе потребность клиента интересует генерального директора и представителя отдела продаж. Фактически владельцами бизнес-процессов чаще всего становятся представители подразделений продаж, взаимодействующих с клиентом. И для отдельных конкурентных отраслей такая схема назначения владельцев процесса работает.

На практике руководители, отвечающие за бизнес-процессы, взаимодействуют с функциональными менеджерами и при внедрении про-

цессного управления необходимо четко прописать процедуры их взаимодействия с учетом того, что владелец процесса становится заказчиком в области маркетинга, информационных технологий и т.д.

Учитывая необходимость ориентации на клиента чаще всего именно клиент-менеджеры становятся владельцами процессов. Они контролируют исполнение требований клиента в различных подразделениях по всему сквозному бизнес-процессу.

В естественных монополиях, не имеющих конкуренции на рынке, внедрение процессного подхода может быть ограниченно регламентацией существующих бизнес-процессов. Как правило, в таких компаниях, сфера влияния принадлежит производителям, которые руководят производственным процессом, поэтому необходимости для передачи власти другим не возникает. Тут есть определенная логика, ведь в случае монополии, нет необходимости в ориентации на клиента и необходимо сосредоточиться на технологическом процессе, минимизируя затраты и управляя качеством услуг.

Однако если рассматривать крупного монополиста, то можно обнаружить, что даже внутри монополии существуют внутренние клиенты и внутренние поставщики услуг, что заставляет наводить процессный порядок внутри отдельных сервисных компаний. Именно поэтому процессное управление начинает внедряться внутри ремонтных подразделений, в закупках, и других сервисных подразделениях. В данном случае клиенты находятся внутри монополиста, а значит масштаб внедрения процессного управления меньше.

На практике в сервисных компаниях монополий вполне естественно возникает разделение персонала по внутренним клиентам, и появляется клиенто-ориентированная структура управления.

В заключение отметим, что альтернативы процессному подходу к управлению в ближайшее время не предвидится. Необходимо внедрять процессный подход в компаниях, учитывая особенности отрасли и конкретного бизнеса.

Библиографический список

1. **Безъязычный В.Ф.**, Киселев Э.В. Возможности использования процессного подхода при системном управлении качеством [Электронный ресурс]. Режим доступа: quality-journal.ru/data/article/82/files/4.pdf
2. **Коптелов А.** Аналитическое исследование «Управление бизнес-процессами в 2008 году – тенденции и перспективы». [Электронный ресурс]. Режим доступа: ultimus.ru/Stat.htm
3. **Репин В.В.**, Лысенко И.Б. Результаты исследования «Внедрение процессного подхода в российских компаниях: тенденции и перспективы» [Электронный ресурс]. Режим доступа: finexpert-training.ru/index.php?ID=152&articleID=307

*Зайко К.В., студ.; рук. Чернов С.С., к.э.н., доц.
(НГТУ, г. Новосибирск)*

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ СФО

Инвестиции являются одним из важнейших элементов, на котором основывается экономика и благосостояние государства, развитие производства, предпринимательства и бизнеса. Проблема привлечения инвестиций в отечественную экономику стоит весьма остро, а в экономику отдельных регионов – в особенности. Вопросы повышения инвестиционной привлекательности достаточно актуальны и обсуждаются на государственном уровне.

Целью проведенной работы стала оценка инвестиционной привлекательности регионов Сибирского федерального округа (СФО), а также разработка предложений по ее увеличению. Объектом изучения были выбраны регионы СФО, предметом – их инвестиционная привлекательность.

В настоящее время используется несколько рейтингов инвестиционной привлекательности регионов, однако механизм их формирования в большинстве случаев скрыт, что не позволяет проводить сравнительный анализ регионов и принимать управленческие решения по повышению инвестиционной привлекательности регионов.

В ходе работы был рассмотрен ряд существующих понятий инвестиционного процесса, с которыми сталкиваются заинтересованные лица при изучении инвестиционной привлекательности. В результате чего, были сформированы определение инвестиционной привлекательности, а также механизм взаимодействия категорий инвестиционного процесса (**рис. 1**).

Характеристика инвестиционной привлекательности региона как объекта управления показала, что уровень инвестиционной привлекательности региона формируется сочетанием факторов инвестиционного климата государства и инвестиционного потенциала региона. В то же время инвестиционная привлекательность, отражая реальный уровень притока инвестиций, оказывает влияние на инвестиционный климат.

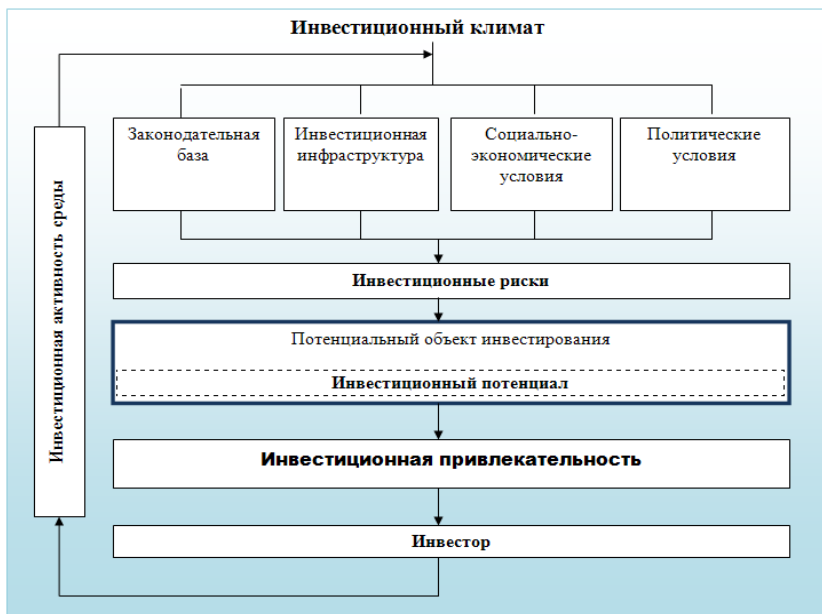


Рис. 1. Многоуровневая модель взаимодействия категорий инвестиционного процесса

Изучая инвестиционный климат Российской Федерации, выявлено неравномерное распределение инвестиций по регионам, что стало одной из причин формирования неблагоприятного инвестиционного климата в стране в целом.

Было также выявлено, что существующие методики оценки инвестиционной привлекательности не дают участникам инвестиционной деятельности информации о сильных и слабых сторонах развития регионов, то есть возможности анализировать индивидуальные особенности объектов инвестирования.

В результате анализа экономических интересов сторон инвестиционного процесса сделан вывод о том, что данное изучение способствует выделению части показателей, которые должны учитываться при оценке инвестиционной привлекательности регионов.

Изучение инвестиционного потенциала и инвестиционных рисков регионов позволило выделить вторую часть показателей, актуальных при оценке инвестиционной привлекательности. В итоге была получена система показателей, которые являются наиболее актуальными при оценке привлекательности регионов.

Была проведена корректировка существующей методики оценки инвестиционной привлекательности. Применение усовершенствованной методики позволило разбить регионы СФО на группы по уровню инвестиций. Далее были получены корреляционно-регрессионные модели зависимости уровня инвестиций в регионах и значимых для каждого региона исходных показателей.

Таким образом, удалось выявить, что на инвестиционную привлекательность отдельного региона влияет определенный набор факторов.

Такой подход к оценке инвестиционной привлекательности регионов СФО позволил увидеть сильные и слабые стороны изучаемых объектов. Опираясь на смысл значимых показателей, в индивидуальном порядке можно разработать предложения для развития регионов СФО, что и стало итогом проделанной работы.

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 25.02.99 39-ФЗ (ред. От 12.12.2011) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.referent.ru/1/67866>.

*Иванов И.В., рук. Макаров В.М., д.э.н, проф.
(СПбГПУ, г. Санкт-Петербург)*

ПОДГОТОВКА ЦЕНОВОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ КОНТРАКТОВ НА СТРОИТЕЛЬСТВО ОБЪЕКТОВ ЭНЕРГЕТИКИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИСТРУМЕНТАРИЯ ТЕОРИИ ИГР

Тендеры, т.е. открытые подрядные торги, проводимые с целью снижения стоимости работ, товаров, услуг, давно получили широкое распространение, как за рубежом, так и в России [1, 5, 6]. Эффективность тендеров определяется возможностью не только существенной экономии средств заказчика, но и дополнительного повышения качества подрядных работ, укрепления исполнительской дисциплины и более четкого взаимодействия всех участников системы заказчик-подрядчик.

В качестве претендентов на заключение контракта выступают инжиниринговые компании, которые, как правило, состоят из нескольких подразделений, осуществляющих различные функции: проектирование, строительные-монтажные работы, технический надзор, ремонт и обслуживание объекта.

Использование новых подходов при подготовке тендерных предложений позволяет инжиниринговым компаниям максимально эффективно использовать свои возможности, рассчитывая ресурсы для выяснения

целесообразности участия в подрядных торгах по объектам разной категории сложности.

Рассмотрим подробно процесс проведения тендеров, на выполнение строительных работ, организуемых компаниями энергетической отрасли.

Основным способом конкурентных закупок для таких компаний является открытый конкурс (рис. 1), в котором может принять участие любой правомочный участник, откликнувшийся на извещение о его проведении. Извещение, а также требования к уровню квалификации участников, критерии выбора победителя и процедура проведения конкурса детально прописываются в конкурсной документации, которая публикуется на Интернет-сайте [3].

Для того чтобы получить контракт, компания-претендент должна провести анализ и оценку требований, предъявляемых к участникам тендера, и сформировать свое ценовое предложение. Компания должна стремиться к его оптимизации с учетом наличия двух противоположных тенденций: увеличение цены снижает вероятность заключения контракта, но, в то же время, повышает прибыльность и компенсирует риски деятельности компании.

В соответствие с условиями проведения тендера на Интернет-сайте заказчика публикуются сведения о начальной (максимальной) стоимости работ C_{\max} . Минимальная стоимость – C_{\min} достаточно точно и объективно может быть определена на основании сметных нормативов [4, 7]. Разность между максимальной и минимальной стоимостью работ обозначим ΔC .

Реализация строительных проектов связана с высоким уровнем рисков. Поэтому каждый из участников тендера стремится увеличить минимальную стоимость работ C_{\min} на некоторую величину r , позволяющую, как минимум, компенсировать собственные риски.

Рассмотрим применение инструментария теории игр для решения задачи оптимизации ценового предложения, а фактически – отыскания оптимального значения r .

Предположим, что в конкурсе участвует $n \geq 2$ организаций. Стратегия каждого из участников торгов – r_i ограничена интервалом $r_i \in [0, \Delta C]$, $i = 1, 2, 3 \dots n$.

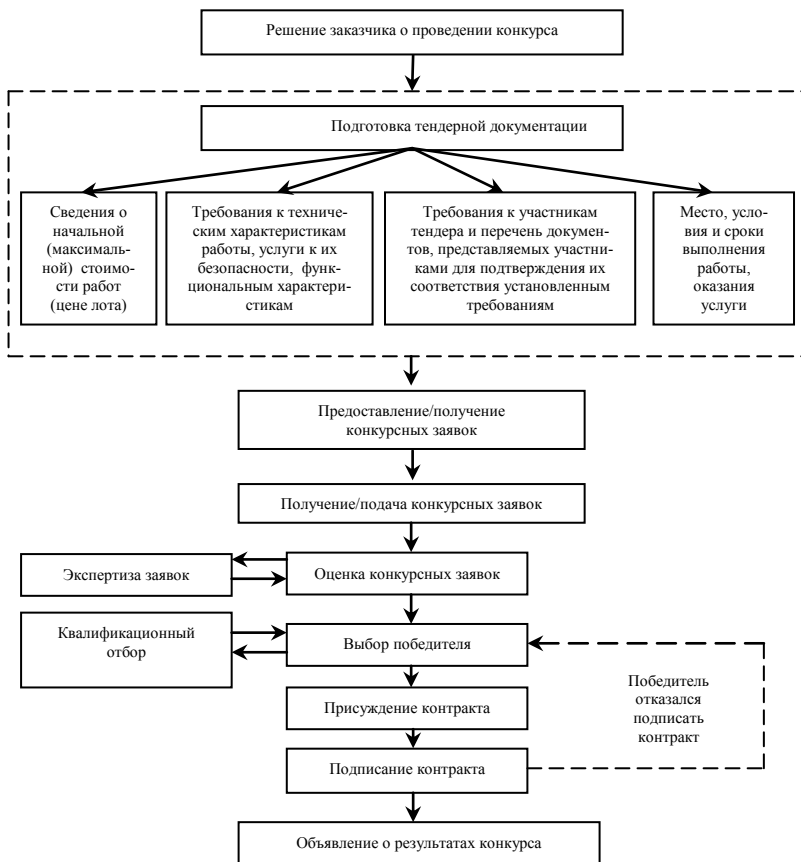


Рис. 1. Схема проведения открытого конкурса

Тогда вероятность компенсации собственных рисков при выполнении контракта для i -й компании будет равна

$$P_i = \frac{r_i^\gamma}{r_1^\gamma + r_2^\gamma + \dots + r_n^\gamma}, \quad i = 1, 2, 3, \dots, n, \quad (1)$$

где $\gamma \geq 0$, комплексный показатель, учитывающий требования заказчика предъявляемые к участникам торгов [2].

Функция, выигрыша i -го участника торгов, стремящегося компенсировать собственные риски, — u_i , имеет вид:

$$u_i = \Delta C \cdot P_i - r_i, \quad i = 1, 2, 3 \dots n, \quad (2)$$

а с учетом (1) ее можно представить в виде:

$$u_i = \Delta C \frac{r_i^\gamma}{r_1^\gamma + r_2^\gamma + \dots + r_n^\gamma} - r_i, \quad i = 1, 2, 3 \dots n \quad (3)$$

при выполнении условий $\gamma \geq 0$, $r_i \in [0, \Delta C]$.

Анализируя локальные максимумы этой функции можно найти равновесие, то есть такой *профиль стратегий*, что ни один отдельно взятый участник торгов не захочет изменить свою стратегию, если стратегии оставшихся участников останутся неизменными.

По теореме о существовании равновесия в смешанных стратегиях в непрерывных играх должны выполняться следующие условия [2]:

$$\begin{aligned} \frac{\partial u_i}{\partial r_i} &= 0, \text{ при } r_i > 0 \\ \frac{\partial u_i}{\partial r_i} &\leq 0, \text{ при } r_i = 0, \text{ для } i = 1, 2, 3 \dots n. \end{aligned} \quad (4)$$

Второе условие было записано, в соответствии с задачей условной максимизации, $r_i \geq 0$ [2].

Дифференцируем функцию $u_i(r_1; r_2 \dots r_n)$ по r_i :

$$\frac{\partial u_i}{\partial r_i} = \Delta C \frac{\gamma \cdot r_i^{\gamma-1} ((r_1^\gamma + r_2^\gamma + \dots + r_n^\gamma) - r_i^\gamma)}{(r_1^\gamma + r_2^\gamma + \dots + r_n^\gamma)^2} - 1, \text{ для } i = 1, 2, 3 \dots n. \quad (5)$$

Условия $\frac{\partial u_i}{\partial r_i} = 0$ при $r_i > 0$, дают единственное решение для любого участника торгов:

$$r_1^* = r_2^* = \dots = r_n^* = \frac{(n-1) \cdot \gamma \cdot \Delta C}{n^2} \quad (6)$$

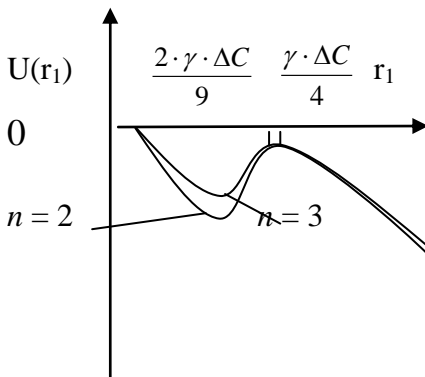
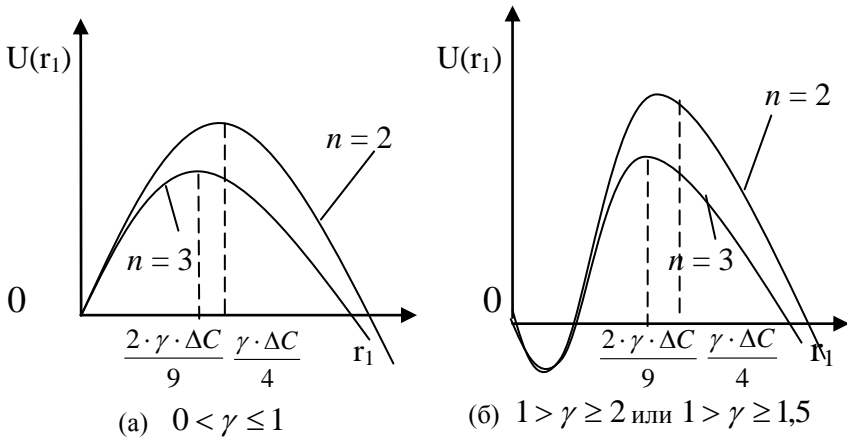
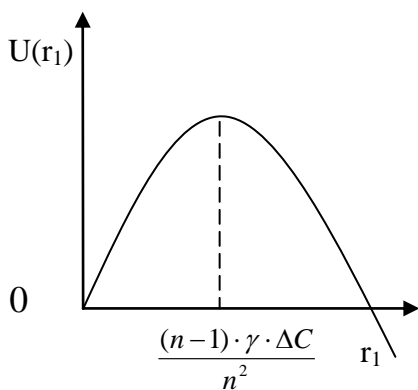


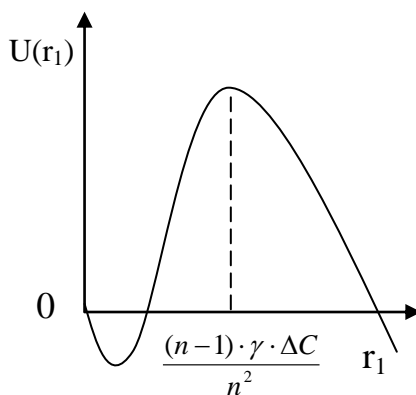
Рис. 2. Функция выигрыша первого участника $U(r_1)$, при условии, что в тендере

$$\text{участвуют два претендента } r_2 = \frac{\gamma \cdot \Delta C}{4},$$

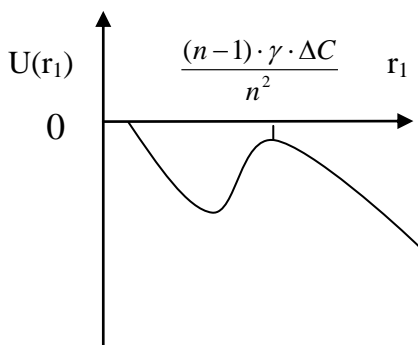
$$\text{или три претендента и } r_2 = r_3 = \frac{2 \cdot \gamma \cdot \Delta C}{9}$$



(а) $0 < \gamma \leq 1$



(б) $1 > \gamma \geq 2$ или $1 > \gamma \geq 1,5$



(в) $\gamma > 2$ или $\gamma > 1,5$

Рис. 3. Функция выигрыша первого участника $U(r_1)$, при условии что $r_2 = \dots = r_n = \frac{(n-1) \cdot \gamma \cdot \Delta C}{n^2}$, в тендере участвуют n претендентов

Исследуем влияние количества участников n и показателя γ на функцию выигрыша i -го участника торгов u_i при выполнении условий равновесия (4).

На **рис. 2** и **3** построены графики функций u_i для разных значений n и γ . Их анализ показал, что:

1) функции $u_i(r_1^*, r_2^* \dots r_n^*)$ являются квазивогнутыми на интервале $\gamma \in (0; 1]$ независимо от количества участников тендера;

2) на интервале $\gamma \in \left(1; \frac{n}{n-1}\right]$ функции $u_i(r_1^*, r_2^* \dots r_n^*)$ является вогнутыми и имеют локальный минимум на множестве стратегий участников торгов.

Решение (6) будет определять равновесие, только если $\gamma \leq \frac{n}{n-1}$, так как функция выигрыша $u_i(r_1^*, r_2^* \dots r_n^*)$ при $\gamma > \frac{n}{n-1}$ принимает отрицательные значения, что недопустимо (рис. 2). Действительно, из (3) следует:

$$u(r_1^*, r_2^* \dots r_n^*) = \frac{\Delta C}{n} - \frac{(n-1) \cdot \gamma \cdot \Delta C}{n^2} < 0 \quad \text{при } \gamma > \frac{n}{n-1} \quad (7).$$

Специфика проведения подрядных конкурсов нацеленных на реализацию проектирования и строительства конкретного объекта подразумевает использование системы разнотипных показателей, подтверждающих квалификацию участника. Эти показатели могут отражать опыт компании, репутацию, квалификацию персонала, финансово-экономические показатели, наличие необходимых производственных мощностей и ресурсов (**рис. 4**).

Если суммарный показатель, учитывающий квалификацию участника рассматривать на интервале $\gamma \in [0; 1]$, то для высококвалифицированных компаний с хорошим опытом и репутацией γ принимает максимальные значения, близкие к единице. Количество таких компаний, постоянно принимающих участие в тендерных торгах известно. Предположим что оно равно $k < n$. Тогда ценовое предложение для k высококвалифицированных компаний должно располагаться на интервале (**рис. 5**):

$$\left[C_{\min} + \frac{(k-1) \cdot \gamma_{\max} \cdot \Delta C}{k^2}; C_{\min} + \frac{(k-1) \cdot \Delta C}{k^2} \right] \quad (8)$$

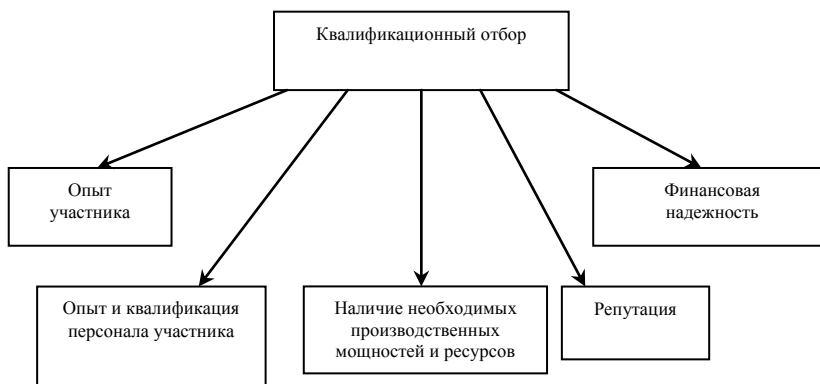


Рис. 4. Показатели выбора участника торгов

Количество участников торгов, не обладающих необходимыми профессиональными знаниями и опытом, сложно предсказуемо, а их суммарный показатель γ принимает минимальные значения по причине не соответствия требованиям квалификационного отбора. Поэтому ценовое предложение для таких компаний должно располагаться на следующем интервале (рис. 5):

$$\left[C_{\min}; C_{\min} + \frac{(k-1) \cdot \gamma_{\max} \cdot \Delta C}{k^2} \right]. \quad (9)$$

Таким образом, для того чтобы сформировать оптимальное предложение, компенсирующее возможные риски, необходимо провести мониторинг соответствия нашей компании требованиям, предъявляемым заказчиком к участникам тендера, и с учетом этих требований на основании отраслевых сметных нормативов подготовить ценовое предложение.

Для определения количества потенциальных участников торгов с высокой квалификацией можно использовать информационно-аналитическую систему *B2B-energo*, которая позволяет объединить в одном информационном пространстве поставщиков и потребителей услуг, ресурсов и технологий в области поддержания, обновления и эксплуатации основных производственных фондов предприятий энергетики.

Система представляет собой мощный инструмент, содержащий информацию для маркетинговых исследований.

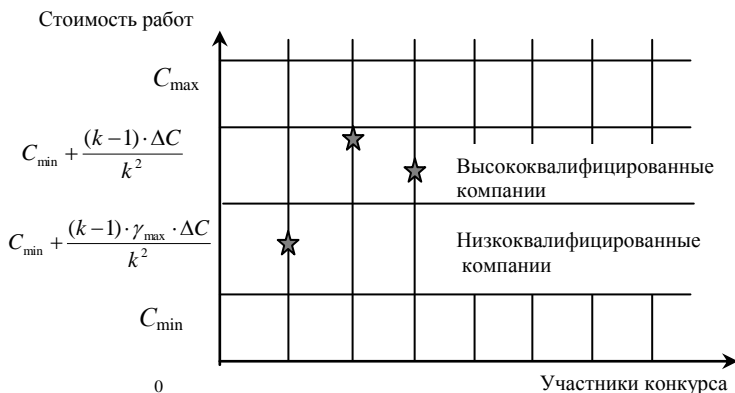


Рис. 5. Интервалы оптимального тендерного предложения в зависимости от уровня квалификации участникам

Практическое применение предлагаемого подхода по формированию тендерного предложения, может быть реализовано маркетинговым отделом инжиниринговой компании, в непосредственные обязанности которого входит определение позиции и стратегии инжиниринговой компании на рынке, выявление новых предполагаемых объектов для портфеля строительных заказов и формирование тендерного предложения для участия в торгах.

Библиографический список

1. Дидковский В.М., Табакова С.А., Кузьмичёва О.В., Дегтярёва С.А. Методические рекомендации по разработке коммерческой части тендерной документации заказчика и оферты претендента. М: Госстрой России, 1998.
2. Захаров А.В. Теория игр в общественных науках [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.politecon.ru/zakharov/teaching/game_theory.pdf.
3. Кузнецов К.В. Прокьюремент: тендеры, конкурсы, конкурентные закупки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tendery.ru>.
4. Методические рекомендации. О порядке формирования сметной стоимости работ по строительству и реконструкции распределительных сетей в г. Санкт-Петербург и Ленинградской области объектов присоединения ОАО «Ленэнерго». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cmet4uk.ru/34-1-0-12>.
5. Федеральный закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» №94-ФЗ от 21 июля 2005 г.

6. Положение о порядке проведения регламентированных закупок товаров, работ, услуг для нужд ОАО «Ленэнерго» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lenenergo.ru/upload/medialibrary/polozhenie>.
7. Справочник базовых цен на проектные работы для строительства. Объекты энергетики. РАО «ЕЭС РОССИИ» Утв. приказом ОАО РАО "ЕЭС России" от 10.02.03 №39.

*Иванов К.И., асп.; рук. Семиглазов А.М., д.т.н., профессор
(ТУСУР, г. Томск)*

ОЦЕНКА НОРМАТИВНЫХ ЗНАЧЕНИЙ ФИНАНСОВЫХ КОЭФФИЦИЕНТОВ ДЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Одной из основных задач менеджера является поддержание финансового благополучия организации. Ее решение основано на своевременном обнаружении негативных тенденций в ключевых показателях, отражающих деятельность фирмы, и адаптации предприятия изменениям внутренней и внешней среды.

Традиционным для российского менеджмента является подход к диагностике состояния организации, базирующийся на построении и анализе совокупности финансовых коэффициентов, которые характеризуют отдельные аспекты функционирования рассматриваемой фирмы. В обобщенном виде данные показатели могут быть объединены в четыре основные группы: ликвидности, финансовой устойчивости, оборачиваемости и рентабельности.

Методической основой диагностики финансового состояния предприятия является сравнительный анализ, основанный на сопоставлении величины рассчитанных коэффициентов с нормативными, среднеотраслевыми или показателями конкурентов.

Основная часть финансовых показателей имеют некие «рекомендованные» значения. Вместе с тем, данные коэффициенты для различных отраслей могут существенно варьироваться, например: допустимое значение коэффициента текущей ликвидности – от 1 до 2,5. В рамках данного исследования автором предпринята попытка оценить нормативную величину ключевых финансовых показателей деятельности для образовательной организации. В основу положен анализ статистической информации о результатах функционирования образовательной системы в РФ за 2003-2010 годы (**табл. 1**) [1, 2].

Таблица 1

Основные показатели результатов функционирования образовательной системы в РФ, %

Показатель	Год							
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Удельный вес убыточных организаций (G)	38,5	36,8	31	30,7	21	21,5	23,6	25
Коэффициент текущей ликвидности ($K_{\text{тл}}$)	118,8	121	113,3	118,6	116,2	116,6	130,4	147,2
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами ($K_{\text{осос}}$)	-0,2	11,8	6,6	10	6,8	7,2	18,8	19,9
Рентабельность услуг (R)	4,7	4,7	4,3	6,6	7,1	6,7	7,8	6,6
Коэффициент финансовой зависимости ($K_{\text{фз}}$)	39,6	37,8	44	46	50,2	49,3	39,4	21

Отрицательная корреляция между коэффициентом финансовой зависимости и долей убыточных организаций кажется, на первый взгляд, парадоксальной: с увеличением финансовой зависимости доля убыточных организаций снижается. Однако, с учетом природы исходной информации, данная ситуация проясняется: рассмотрены средние значения указанных показателей. В результате, предприятия с высокой финансовой зависимостью, являющиеся частично государственными, или «планово-убыточными», получают дотации или финансовую помощь – что позволяет им не попасть в категорию убыточных.

Поскольку отдельные коэффициенты (например, $K_{\text{тл}}$ и $K_{\text{осос}}$) значимо коррелированы, возникла необходимость рассмотреть не одну, а несколько моделей. На основании приведенной статистической информации, с использованием программного комплекса «STATISTICA 6» (модуль: множественная нелинейная регрессия, с использованием нелинейных функций преобразования и процедуры пошаговой регрессии с исключением [3]) получены следующие модели:

1) Оценка доли убыточных образовательных организаций в зависимости от средних значений $K_{\text{тл}}$, $K_{\text{фз}}$ и R:

$$G = -4,40304K_{\text{тл}} - 4,0302K_{\text{фз}} + 21,347R - 0,00943R^4 - 0,00000446K_{\text{фз}}^4 + 635,6$$

2) Оценка доли убыточных образовательных организаций в зависимости от средних значений $K_{\text{осос}}$, $K_{\text{фз}}$ и R :

$$G = -0,0002032K_{\text{осос}}^4 + 0,0030637R^4 - 0,000006K_{\text{фз}}^4 + 30,206$$

Коэффициенты модели регрессии и свободный член значимы на 5-% уровне, коэффициент детерминации равны 0,9968 и 0,9594 для первой и второй модели соответственно. Гистограмма распределения остатков имеет нормальный вид, без систематической составляющей. Статистика Дарбина-Уотсона не позволяет сделать вывод о наличии автокорреляции остатков, но низкое значение коэффициента автокорреляции говорит о необоснованности предположения о ее наличии.

Основная идея использования данных моделей заключается в попытке оценить, какой будет доля убыточных образовательных организаций при том или ином значении рассмотренных финансовых коэффициентов. Продемонстрируем на примере первой модели, как изменится оценка доли убыточных организаций (за 2008 год) при различных значениях $K_{\text{тл}}$ (табл. 2).

Таблица 2

Оценка доли убыточных организаций для 2008 года при различных значениях $K_{\text{тл}}$

Показатель	2008		
	$K_{\text{тл}}$	G	Доверительный интервал прогноза
$K_{\text{тл}}$	116,6	120	125
G (оцененная на основе модели доля убыточных организаций)	21,242	6,272	-15,743
Доверительный интервал прогноза	18,3÷24,2	-8,6÷21,1	-48,9÷17,5

Интерпретация результатов следующая: при среднем $K_{\text{тл}}=120$, прогнозная величина доли убыточных организаций составляет 6,272 %, с учетом ошибки – от 0 до 21,142% (знак минус означает, что убыточных организаций не должно быть вообще).

Рассчитаем минимальные значения данных коэффициентов, при которых ожидаемая доля убыточных организаций будет близка к нулю. Логичным является предположение: если для отдельно взятой фирмы данные показатели будут превышать полученные значения, с большой долей вероятности можно утверждать, что предприятие не попадет в категорию убыточных.

Ниже представлены две таблицы (табл. 3, табл. 4), построенные на основе предложенных регрессионных моделей, которые позволяют оценить минимальное значение финансовых коэффициентов, свидетельствующих, что предприятие, с учетом ошибки прогнозирования, не будет относиться к категории «убыточные».

Таблица 3

Минимальное значение $K_{тл}$, в зависимости от R и $K_{фз}$

R, %	$K_{фз}$, %			
	10	20	30	40
5	172,5	178,5	180,25	171,5
10	171,5	162	150,05	138,95
15	172,9	162	151,22	140,08
20	148,2	137,2	126,5	115,35

Таблица 4

Минимальное значение $K_{осос}$, в зависимости от R и $K_{фз}$

R, %	$K_{фз}$, %			
	10	20	30	40
5	24,23	24,18	23,81	22,71
10	25,91	25,84	25,55	24,71
15	33,87	33,84	33,72	33,38
20	43,8	43,79	43,73	43,58

Согласно табл. 3 и 4, минимальные величины коэффициентов для предприятия при $R \approx 20\%$ и $K_{фз} \approx 12\%$ должны иметь значение: $K_{тл} \geq 137\% \div 148\%$, $K_{осос} \geq 43,8\%$.

В числе достоинств предложенного подхода можно назвать следующие:

1) расчеты основаны на анализе функционирования образовательной системы, попытка оценки нормативных значений коэффициентов предприятия именно для данной отрасли;

2) полученные результаты в целом согласуются с общепринятыми нормативными величинами показателей;

В числе недостатков можно назвать:

1) низкую устойчивость показателей из-за небольшой выборки (всего 8 наблюдений): при существенном отклонении от средних значений ошибка возрастает и не позволяет получить адекватный прогноз (в частности, при рентабельности более 25%);

2) высокая сложность интерпретации полученных моделей.

Ввиду недостатков, в данном виде рассмотренные модели должны использоваться с большой осторожностью. Вместе с тем, предложенный подход представляет теоретический интерес, поскольку с повышением качества работы и широты охвата различных экономических аспектов органами государственной статистики ежегодно будет увеличиваться объем исходной информации, что позволит повысить устойчивость и адекватность моделей.

Библиографический список

1. Российский статистический ежегодник. 2006: Стат.сб. / Росстат. М. 2006.
2. Российский статистический ежегодник. 2010: стат.сб. / Росстат. М. 2010.
3. **Боровиков В.** STATISTICA. Искусство анализа данных на компьютере: для профессионалов. СПб.: Питер, 2003.

*Иванова О.Е., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ РФ

В настоящее время развитие инновационной инфраструктуры российских регионов заняло одно из ключевых мест в стратегии социально-экономического развития ряда субъектов Российской Федерации и муниципальных образований. На федеральном уровне сформирован механизм, способствующий гибкому финансированию мероприятий по инновационному развитию экономических субъектов. Несмотря на проводимые учеными и практиками исследования относительно возможности привлечения новых источников финансирования инноваций, большинство вопросов данной сферы нуждаются в расширенном рассмотрении с учетом происходящих преобразований в отечественной экономике.

Инвестиции в комплексное развитие регионов на базе инновационных центров (технопарков, бизнес-инкубаторов, наукоградов, особых экономических зон) – это возможность для субъектов Российской Федерации создать условия для модернизации региональных экономик и развить конкурентоспособные на глобальном рынке экономические системы. Использование этого механизма позволяет привлечь в региональные бизнес-проекты частные инвестиции, и государственное финансирование в развитие сопутствующей инфраструктуры, поэтому развитие инновационной инфраструктуры целесообразно осуществлять именно на условиях государственно-частного партнерства.

В целом, реализация паритетного софинансирования инновационных инфраструктурных центров на основе механизмов государственно-частного партнерства приводит к двум основным результатам:

- привлечению инвесторов в финансирование региональных бизнес-проектов в условиях прозрачного инфраструктурного и административного обеспечения, создания дополнительной стоимости в рамках развития инновационной региональной инфраструктуры;

- привлечению федерального софинансирования в проекты развития сопутствующей инфраструктуры, являющейся необходимой базой для развития региона в целом.

Таким образом, проблема развития объектов инновационной инфраструктуры в настоящий момент времени является особенно актуальной, поскольку от рационального выбора источников, форм и методов финансирования инновационной деятельности зависит эффективность и результативность инновационного развития Российской Федерации как элемента международной инновационной системы.

Активность в сфере технологических инноваций является одним из ключевых индикаторов инновационной деятельности, характеризующих потенциал технологической модернизации и инновационного развития экономики России. Технологические инновации представляют собой конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового либо усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке, нового либо усовершенствованного процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности. Инновация считается осуществленной в том случае, если она внедрена на рынке или в производственном процессе.

По уровню инновационной активности российская экономика заметно уступает не только ведущим индустриальным странам (Германия – 70%; Канада – 65%; Бельгия – 60%; Ирландия, Дания и Финляндия – 55–57%), но и большинству государств Центральной и Восточной Европы, где этот показатель находится в интервале 20–40% [1].

Основная цель инновационного развития заключается в получении максимального экономического эффекта от каждой единицы примененного и превращенного в товар капитала. Можно утверждать, что в настоящее время в России государственной инновационной политики нет в принципе. Вместе с тем интеллект и знания являются одним из главных резервов страны, причем единственным возобновляемым ресурсом. Для его применения у страны есть главное – это образованные кадры и наука, но, к сожалению, они практически не используются, потому что нет внутреннего спроса на интеллект и новое знание, нет инфраструктуры, которая этот спрос обеспечит.

развитие инновационной инфраструктуры Российской Федерации должно быть направлено на стимулирование роста научно-технического потенциала, являющегося базисом развития инновационной экономики знаний – экономики XXI века. На сегодняшний день, согласно долгосрочной концепции развития Российской Федерации, политика государства направлена на активизацию инновационной деятельности. Именно инновационная деятельность способна обеспечить устойчивую динамику

экономического роста за счет выпуска конкурентоспособной наукоемкой продукции.

Для достижения поставленных целей в ближайшие годы должны быть созданы региональные инновационные системы, на базе которых сформируется национальная инновационная система. Безусловно, в связи с этим принципиально важным является развитие инновационной сферы в регионах, формирование региональной инновационной стратегии, совершенствование механизмов федеральной и региональной поддержки инновационной деятельности и наличие благоприятной экономической и правовой среды для деятельности инновационных предприятий. Для решения поставленных задач необходимо планомерно создавать и развивать инновационную инфраструктуру регионов.

Библиографический список

1. Российский инновационный индекс / под ред. Л.М. Гохберга. – М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2011.

*Кавин А.В., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц
(ИГЭУ, г. Иваново)*

КУЛЬТУРА МАРКЕТИНГА. МАРКЕТИНГ КУЛЬТУРЫ

Культура. Маркетинг. Два вроде бы абсолютно разных понятия в наше время, «поколения пепси» и потребителей «Шума», слились воедино. Очень хорошо это описал Джон Сибрук, колумнист журналов «New Yorker», «GQ», «Vanity Fair», «Vogue», «Harper's Bazaar», «Village Voice», в своей книге «Nobrow»: если поискать эту книгу в книжном магазине, то в некоторых маркетах она стоит в отделе культурологи, а в других в отделе маркетинга и рекламы.

У американцев существуют понятия *highbrow* и *lowbrow*. Критик Ван Вик Брукс написал об этом в своей книге «Взросление Америки»: «Человеческая природа в Америке существует в двух плоскостях. В плоскости абсолютной интеллектуальности и плоскости абсолютной коммерции, соответствующих терминам *highbrow* и *lowbrow*.» То есть «термины высокое и низкое были тем языком, с помощью которого культура переводилась в статус – плоскостью, на которой вкусовые различия переходили в кастовые».

В США подобные разделения в культуре были долгое время «единственным способом открыто говорить о классовой принадлежности». В России, потом в СССР, классовая социальная иерархия существовала до

появления культурной. «А, следовательно, люди могли себе позволить смешивать коммерческую и элитарную культуры». Хотя в СССР строился социализм, а затем коммунизм, где все люди были равными а собственность общественная, различия между «потреблением» культуры высокопоставленными партийными работниками, секретарями и остальной огромной «серой» массой граждан были. Если граждане являлись потребителями массовой культуры, причем навязанной им партийной властью. Власть же установив «гегемонию», сама являлась потребителем не только культуры «низкого», но и «высокого». Теперь же когда и в России после 2000-х годов произошел переход к культуре супермаркета, наша страна тоже оказалась в мире нобрау.

Сибрук приводит схемы культур:

Культура супермаркета:

Индивидуальность

Субкультура

Культура мейнстрима

А аристократическая культура выглядела так:

Высокая культура

Культура среднего интеллектуального уровня

Массовая культура

Старая иерархия – вертикальная. Новая же иерархия нобрау существует в трех или более измерениях.

Сибрук пишет: «Здание аристократической культуры всегда было разделено на нижний и верхний этажи. На верхнем с признанными творцами располагались богатые люди, на чьи деньги строились музеи и оперные театры, в которых бережно хранилась высокая культура. На нижнем этаже находились массы, смотревшие незаурядные сериалы, слушавшие гангста рэп и читавшие «Нью-Йорк пост». Если массам вход на верхний этаж был воспрещен, то элита иногда снисходила на нижний уровень, словно Кейт Уинслет, спустившаяся с верхней палубы в фильме «Титаник», чтобы насладиться простыми радостями и понастальгировать о временах первородного греха превратившего культуру в товар и сделавшего необходимым существование бастиона аристократической культуры».

Это было нужно, чтобы защитить настоящих художников, писателей от атак рынка. Поэтому образовалась система, которая отделяла творцов от ремесленников – производителей массовой культуры, культуры популярной. С приходом нобрау, эта система рухнула. Поп-культура одержала победу. «Вопросы старых культурных арбитров вроде «Хорошо ли это?» и «Искусство ли это?» были заменены вопросом «Чье это искусство?»

С одной стороны творцы получили большую свободу в своем творчестве, с другой стали более зависимы от одобрения аудитории, следовательно их продюсеры, маркетологи стали оказывать на них давление не желая выпускать продукт на который может не быть спроса. Любой человек стремится к общественному одобрению и признанию. Но если он начинает постоянно учитывать их требования и помыслы, он перестает быть собой и становится заурядным ремесленником. Например, русская группа Noize Mc 13 апреля 2007 года подписывает контракт с Universal Music Group (крупнейшая в мире бизнес-компания и дочерняя компания лейблов звукозаписи медиахолдинг. Самый влиятельный лейбл «большой четвёрки лейблов звукозаписи»).

«Переоценить это событие непросто — отмечает обозреватель портала Rap.ru. — На наших глазах андеграунд-исполнитель становится артистом лейбла с международным именем». Но в конце мая 2008 года Иван Алексеев, лидер группы, объявляет о расторжении контракта. Как позже объяснили он и его музыкальный продюсер, хороший артист не должен зависеть от крупных лейблов. Таким образом, группа Noize Mc имеет полную свободу творчества, никто из продюсеров или менеджеров не вмешивается в творческий процесс. Хотя группа и не является миллионерами, они тем не менее имеют хороший заработок, и занимаются тем что им по настоящему нравится. Такого сложно достигнуть в современном обществе нобрау. Хотя маркетинг можно найти и здесь. Например ребята всегда выступают в одежде фирмы «Adidas».

Культура маркетинга, маркетинг культуры. В чем различие? Раньше можно было сказать вот это культура, а это маркетинг. Сейчас же поколение сформировано так что не видят разницы. Обратная связь между культурой и маркетингом эффектно прикрыта телеканалами вроде MTV. Сценарист и режиссер Майкл Толкин говорит по этому поводу: «Это поколение выросшее на кабельном телевиденье и новых фильмах, кормили культурой, которая была в большей степени ориентирована на рынок, чем культура старших поколений. Сегодня маркетолог сидит у них внутри». Сибрук расшифровывает это так : «Другими словами, молодые художники делают свое искусство, имея внутри некий маркетинговый барометр. Художник превратился в маркетолога, артист – в чиновника: крайняя форма вертикальной интеграции».

И все мы на данный момент, возможно даже не осознавая этого, живем в мире нобрау. И все подчиняемся этой иерархии «модности», складывая свою индивидуальность из модных брендов, и того или иного мейнстрима, не видя разницы между культурой и маркетингом.

Библиографический список

1. Сибрук Дж. Nobrow. М.: Дело, 2005.

2. ru.wikipedia.org

*Кириенко А.С., студ.; рук. Клочкова Н.В., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПАТЕНТНАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Патентная система налогообложения – самая молодая из ныне существующих, а потому это наиболее развивающееся направление налоговой системы России. Патентная система налогообложения (далее ПСН) введена с 2013 года и заменяет действующую до конца 2012 года Упрощенную систему налогообложения на основе патента. ПСН является разновидностью специального налогового режима, ей посвящена глава 26.5 Налогового кодекса РФ.

Применение ПСН возможно только индивидуальными предпринимателями. При этом ее применение осуществляется наряду с иными режимами налогообложения, предусмотренными законодательством Российской Федерации о налогах и сборах. Переход на ПСН или возврат к иным режимам налогообложения осуществляется добровольно. При этом необходимо соблюдать правила, установленные главой 26.5 НК РФ. При применении ПСН индивидуальный предприниматель вправе привлекать наемных работников, в том числе по договорам гражданско – правового характера. При этом средняя численность наемных работников, определяемая в порядке, устанавливаемом федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в области статистики, не должна превышать за налоговый период 15 человек по всем видам предпринимательской деятельности, осуществляемым индивидуальным предпринимателем. Документом, удостоверяющим право на применение ПСН, является патент на осуществление одного из видов предпринимательской деятельности, в отношении которого законом соответствующего субъекта РФ введена ПСН (п.1 ст. 346.45 НК РФ). Статья 346.43 НК РФ не запрещает индивидуальным предпринимателям, применяющим по отдельным видам предпринимательской деятельности упрощенную систему налогообложения на основе патента, осуществлять иные виды предпринимательской деятельности, в отношении которых применяются иные режимы налогообложения.

Документом, удостоверяющим право на применение ПСН, является патент на осуществление одного из видов предпринимательской деятельности, в отношении которого законом субъекта Российской Федерации введена ПСН. Патент выдается налоговым органом индивидуальному

предпринимателю по месту его постановки и действует на территории того субъекта Российской Федерации, который указан в патенте. При этом индивидуальный предприниматель, получивший патент в одном субъекте Российской Федерации, вправе получить патент в другом субъекте Российской Федерации.

Заявление на получение патента подается индивидуальным предпринимателем в налоговый орган по месту жительства не позднее, чем за 10 дней до начала применения ПСН. В случае, если индивидуальный предприниматель планирует осуществлять предпринимательскую деятельность на основе патента в субъекте Российской Федерации, в котором не состоит на учете в налоговом органе по месту жительства или в качестве налогоплательщика, применяющего ПСН, заявление подается в любой территориальный налоговый орган этого субъекта Российской Федерации по выбору индивидуального предпринимателя. Патент выдается по выбору индивидуального предпринимателя на период от 1 до 12 месяцев включительно в пределах календарного года (п.5 ст. 346.45 НК РФ).

Предприниматель может получить 1 патент или даже несколько патентов на любое количество месяцев в пределах календарного года.

Для разных видов деятельности вы можете получить патенты на разные сроки и периоды (например, патент на сдачу в аренду квартиры на май-сентябрь, а патент на оказание бытовых услуг на январь-март и октябрь-декабрь). Но нельзя получить патент с переходом периода его действия на следующий год.

Индивидуальные предприниматели, применяющие ПСН, обязаны уплачивать:

- НДС, взимаемый в составе таможенных платежей, а также в соответствии со ст. 174.1 НК РФ (гл. 21 НК РФ);
- акцизы (гл. 22 НК РФ);
- государственную пошлину (гл. 25.3 НК РФ);
- транспортный налог (гл. 28 НК РФ);
- земельный налог (гл. 31 НК РФ).

Если индивидуальный предприниматель применяет ПСН и осуществляет иные виды предпринимательской деятельности, в отношении которых им применяется иной режим налогообложения, он обязан вести учет имущества, обязательств и хозяйственных операций в соответствии с порядком, установленным в рамках соответствующего режима налогообложения (п. 6 ст. 346.53 НК РФ). Если вся деятельность индивидуального предпринимателя осуществляется на основе патента, то в целях п. 7 ст. 346.45 НК РФ следует вести учет доходов от реализации в книге учета доходов индивидуального предпринимателя, применяющего ПСН. Книга

учета доходов ведется отдельно по каждому полученному патенту (п. 1 ст. 346.53 НК РФ). В ней учитываются все доходы, полученные в рамках осуществления деятельности по патенту (в том числе и полученные авансы и предоплаты).

В соответствии со ст. 346.53 НК РФ при применении ПСН индивидуальный предприниматель обязан вести учет доходов. Поэтому он подпадает под действие пп. 1 ч. 2 ст. 6 Федерального закона от 06.12.2011 №402-ФЗ и освобождается от обязанности ведения бухгалтерского учета.

Налоговая декларация по налогу, уплачиваемому в связи с применением ПСН, в налоговые органы не представляется (ст. 346.52 НК РФ).

Но у индивидуального предпринимателя остается обязанность по представлению отчетности:

- в органы статистики;
- в государственные внебюджетные фонды.

Переход на патентную систему налогообложения или возврат к иным режимам осуществляется предпринимателями добровольно. Главное преимущество специальных налоговых режимов - это низкая ставка налога, а также освобождение от уплаты некоторых налогов. Об этом была речь выше.

Существенным плюсом является наиболее легкий способ ведения налогового учета, а также отсутствие необходимости подавать налоговые декларации.

Однако у данной системы есть и отрицательные положения.

Во-первых, в начале деятельности придется заплатить за патент, хотя не всегда известно заранее, принесет ли бизнес доход.

Порог возможного годового дохода в каждом регионе будет разным — местные власти смогут уменьшать или увеличивать его в два раза. При ведении деятельности в нескольких регионах, в каждом из них, как уже отмечалось, придется покупать новый патент, при этом граница доходов подсчитывается как совокупный доход.

Во-вторых, если граница доходов выше установленной, то налоги надо будет платить на общих основаниях. При этом стоимость патента не возвращается.

В-третьих, несмотря на то, что индивидуальный предприниматель имеет право выбора срока действия патента, он обязан зарегистрироваться и платить взносы в Пенсионный фонд.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что патентная система налогообложения является достаточно простой и имеет понятную схему уплаты налогов среди всех возможных систем налогообложения. Также возможно, что именно данная система станет новым импульсом для малого бизнеса и перспективной заменой вмененного налога.

Библиографический список

1. **Касьянова Г.Ю.** Патентная система налогообложения. М.: АБАК, 2013
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая: по состоянию на 10 октября 2012 г. – М: Проспект, КноРус, 2012.
3. **Яковлева М.** Патентная система налогообложения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.raschet.ru/articles/5177/5117>

*Кирсанов Д.Е., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛТВИЛЬСКОЙ МОДЕЛИ
ПРИМЕНИТЕЛЬНО К СТРОИТЕЛЬСТВУ ПЛАВУЧЕЙ
АТЭС «АКАДЕМИК ЛОМОНОСОВ»**

В Элтвилльской модели стратегического мышления используется метафора «пяти пар очков для будущего», которая помогает системно проработать различные варианты будущего развития событий и готовиться к ним. Пять пар очков для будущего помогут вам понять перспективы и укрепить свою организацию, введя в действие надежную модель управления будущим.

При помощи Элтвилльской модели стратегического мышления рассмотрим перспективы строительства плавучей атомной теплоэлектростанции «Академик Ломоносов». Предполагаем, что станция будет использоваться на дальнем востоке России, как источник тепловой и электрической энергии и опреснения морской воды.

Синие очки (анализ предполагаемого будущего). Билибинская АЭС, вырабатывает более 75% электроэнергии в изолированной Чаун-Билибинской энергосистеме и 40% в Чукотском АО. Вывод станции из эксплуатации планируется с 2016 по 2019 года. Плавучая атомной теплоэлектростанция мощностью 35 МВт сможет покрыть нагрузки Билибинской АЭС. В связи с отдалением региона от основных ж/д и автомобильных магистралей затруднено строительство генерирующих мощностей. Поэтому маневренная плавучая АЭС будет наиболее рациональным решением при реализации покрытия графиков нагрузок.

В Чукотском АО имеются большие запасы полезных ископаемых, в т.ч. нефти, природного газа, угля и золота. Недорогая энергия плавучей атомной теплоэлектростанции будет иметь спрос.

Красные очки (анализ непредвиденного будущего). Истощение полезных ископаемых или продление срока эксплуатации Билибинской АЭС приведет к тому, что энергия плавучей АТЭС не будет пользоваться

спросом. Это приведет к нецелесообразности использования плавучей АТЭС в этом районе.

К возможным вариантам расположения плавучей АТЭС в этом случае можно отнести: республика Кабо-Верде (Острова Зелёного Мыса). Возможным заказчиком является ОАО «Газпром» (строительство газовых месторождений на Таймыре). Возможна эксплуатация плавучей АТЭС в других странах с труднодоступными территориями - например, в Канаде, Индонезии и др.

Зеленые очки (развитие возможностей). Необходимо искать новые рынки сбыта тепловой и электрической энергии. Увеличивать безопасность, экономичность и надежность плавучей АТЭС. Это поможет увеличить инвестиции в будущие проекты, и обойти конкурентов на внешнем рынке, таких как Франция, США.

Желтые очки (развитие стратегического видения). В ближайшее десятилетие следует занять следующие рынки сбыта: республика Кабо-Верде, труднодоступные территории в Канаде, в месте строительства газовых месторождений на Таймыре. Следует осуществить замкнутый топливный цикл ядерного топлива. Создать резерв запасов природного урана. Продолжить инвестиции в проект плавучей АТЭС и ввести в эксплуатацию еще 4 блока мощностью по 35 МВт.

Фиолетовые очки (развитие стратегии). Главная задача на предстоящее десятилетие – это повышение безопасности, надежности и экономичности плавучей АТЭС. Необходим ввод дополнительных мощностей по переработке ядерного топлива, а также созданию МОХ-топлива. Следует увеличить импорт природного урана из Австралии. Это позволит снизить добычу урана в России и выгодно использовать запасы природной руды в будущем.

Следует отметить, что в ходе организации стратегии организации необходимо регулярно проводит анализ происходящих вокруг изменений, проходя заново всю цепочку, и вносит, в случае необходимости, коррективы в каждый из этапов. Это позволит создать мощную организацию с большим запасом прочности.

Библиографический список

1. **Шарп Б.**, Ван Дер Хайден К. Сценарии успеха: Превращение идей в действие. М., 2007.
2. <http://www.rosenergoatom.ru>

*Кудряшов В.С., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ВЛИЯНИЕ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рыночной экономики кадровая работа становится долгосрочным фактором эффективности и конкурентоспособности предприятия. Кадровый менеджмент включает в себя множество функций от приема персонала до его увольнения. Целью управления персоналом является достижение конкурентоспособности и стратегического развития предприятия, повышение эффективности труда и максимизация прибыли.

Менеджер по персоналу, как правило, мыслит следующими стереотипами:

- работники – прирожденные лентяи, не способны действовать самостоятельно и нуждаются в постоянном контроле со стороны организации. Менеджер несет ответственность за рациональное функционирование персонала предприятия и должен уделять особое внимание стимулированию работы подчиненных;
- организационная структура предприятия должна быть спроектирована таким образом, чтобы контролировать работников и с максимальной степенью исключить возможные последствия их непредсказуемых действий;
- так как работники склонны отклоняться от целей, предписываемых организацией, и не способны на жесткий самоконтроль и самодисциплину, то возникает необходимость во внешнем контроле за их деятельностью со стороны руководства предприятия, чтобы обеспечить достижение поставленных целей;
- на руководящую работу могут выдвигаться те немногие работники, которые имеют высокую мотивацию и способны на самоконтроль, целеустремленны и честлюбивы, а так же обладают рядом качеств, необходимых для манипулирования персоналом.

Менеджера по персоналу можно охарактеризовать следующим образом:

- попечитель;
- специалист по трудовым контрактам;
- архитектор кадрового потенциала.

Рационального построения кадрового менеджмента и взаимоотношений в организации требует от менеджера по персоналу умения разрешать этические споры и выбирать наиболее эффективные способы поведения.

Проведем анализ кадров предприятия и производительности труда на примере ООО «СК Эксплуатация». Предприятие осуществляет свою деятельность в жилищно-коммунальном хозяйстве. На сегодняшний день численность персонала предприятия составляет 250 человек, что на 9 человек больше чем в 2008 году и на 12 человек больше чем в 2009 году.

Рассмотрим изменение производительности труда за период 2008-2009 гг.:

$$T_{2008} = \frac{2869735}{241} = 11907,6 \text{ руб./чел.}$$

$$T_{2009} = \frac{3542883}{238} = 14886,1 \text{ руб./чел.}$$

$$T_{2010} = \frac{3729350}{250} = 14917,4 \text{ руб./чел.}$$

В результате анализа было выявлено, что производительность труда за последние три года возросла на 3009,8 руб./чел.

Для увеличения производительности труда персонала для предприятия были предложены следующие мероприятия:

- обучение и повышение квалификации управляющего персонала и служащих;
- улучшение физических условий труда рабочих;
- разработка системы нематериальных поощрений.

В результате проведенных мероприятий выручка организации возрастет на 126798 руб., а производительность труда на 507,2 руб./чел.

На примере организации ООО "СК эксплуатация" мы выяснили, что основную роль в развитии и повышении эффективности работы предприятия играет кадровый менеджмент. В большой степени успех организации зависит от работы менеджеров по кадрам, так как человеческие ресурсы является основными на любом предприятии, именно от действий кадровых менеджеров зависит достижение целей, поставленных руководством фирмы.

Библиографический список

1. **Арсенова Е.В.**, Бальков Я.Д. Корнеева И.В. Экономика организации (предприятия): учебник. М.: Экономист, 2007.
2. **Титов В.И.** Экономика предприятия: учебник. М.: Эксмо, 2008.

**Кулумбегов М.М., студ.; рук. Табачный Е.М. к.т.н., доц.
(НИУ «МЭИ», г. Москва)**

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН АНИМЕ-ПРОДУКЦИИ «ОТАКУ»

Anime – это японская анимация, которая имеет множество жанров. Снимается по манге или аниме игре. Манга – это жанр японской литературы, похожий на американские комиксы. Она предназначена для чтения, как детьми, так и взрослыми.

В данный момент в России аниме – одно из самых популярных направлений среди молодежи. Фанаты аниме любят косплеить. Cosplay – термин изобретен в Японии и переводится, как «костюмированная игра» Одни люди относят косплей к бал-маскараду. Другие считают, что аниме – это «японские мультики», а манга – «детские комиксы». Наверное, спор на этот счет не закончится никогда, потому что каждый человек пытается сформулировать определение «cosplay» в более удобной и понятной форме. Косплей – это своеобразный «театр» персонажей аниме, манги, японских видеоигр, сериалов, фильмов, мультфильмов, книг.

Российский косплей все еще находится в стадии зарождения, и существует в основном на уровне индивидуальной самодеятельности. Энтузиасты собственными усилиями подбирают себе костюмы, нередко шьют и изготавливают атрибутику собственноручно. Дороговизна покупки или изготовления качественного костюма порой выступает главной причиной задержки повсеместного распространения косплея в России. 16 ноября 2012 г. я и мои коллеги дали интервью в передаче «Прямой эфир» с Михаилом Зеленским. После ее выхода мы получили большое количество благодарственных писем от детей и подростков от 12 лет, которым родители разрешили косплеить и стали их поддерживать. Они поняли, что косплей – это прекрасное хобби, благодаря которому можно многому научиться: фотографировать, шить, красить, работать с монтажной пеной, грунтовкой, изолятом, петь, танцевать и т.д. Подростки не пьют в подъездах, а выкладываются полностью в своем творчестве. Косплей для меня – это не только хобби, но и досуг, поскольку я не только учусь на дневном в университете, но и работаю по вечерам.

В РФ аниме-магазины представлены в основном двумя городами: Санкт-Петербургом и Москвой. Это два розничных магазина в Санкт-Петербурге («AnimePoint» и «Fast Anime Studio») и в Москве: розничный аниме-магазин «АнимеРай» и интернет-магазин «AnimeFan».

На московском рынке недостаточно представлена аниме-продукция. Ее распространяют по очень высоким ценам. А потребителями этой продукции является в основном молодежь в возрасте от 12 до 29 лет. Их ин-

интересует качественная, но недорогая продукция. И в этом им может помочь мой магазин «ОТАКУ».

Что означает название, создаваемого магазина? Дело в том, что всех потребителей аниме-продукции можно разделить на любителей и отаку, то есть людей, которые не представляют свою жизнь без аниме. Отаку – это стиль жизни. Многие из них тратят деньги на аниме-продукцию: артебуки, косплеи, календари, плакаты, фигурки, мангу и многое другое. В первую очередь магазин ориентируется на удовлетворение запросов данного сегмента потребителей.

Я провел социологический опрос среди ребят школы №423 с целью выявить среди них любителей аниме. Среди опрошенных 100 человек:

- ничего не знают об аниме – 19%;
- знают, но не интересуются – 54%;
- активно интересуются продукцией Аниме – 27%.

Эти результаты я сравнил с данными полученными при социологическом опросе. Среди опрошенных 20 учителей:

- ничего не знают об аниме – 35%;
- знают, но не интересуются – 50%;
- активно интересуются продукцией аниме – 15%.

Таким образом, я сделал вывод, что моими потенциальными потребителями будут в основном лица в возрасте от 12 до 29 лет.

Аниме-движение развивается довольно стремительно. Быстро увеличивается количество ассортимента аниме-продукции, что предвещает широкое ее распространение.

На московском рынке конкуренция отсутствует. Таким образом, внешняя среда является благоприятной для создаваемого предприятия. Кроме того, я пришел к выводу, что она является благоприятной для открытия еще одного розничного магазина по реализации аниме-продукции.

Фирма использует стратегию «цена в зависимости от цен конкурентов». При этом цена полностью отражает издержки, спрос и конкурентоспособность товара. Ценовая политика фирмы согласуется с целью привлечения широкого круга клиентов среднего достатка. Со временем планируется снижение цен на ряд услуг, а также система гибких скидок.

Главной задачей предприятия является полное удовлетворение индивидуальных потребностей потребителей моей продукции. Так же они могут стать обладателями аниме-тетради, календаря или магнита, сделанных по их эскизам, которых нет ни у кого в мире.

**Кулькова Д.Ю., студ.; рук. Зубкова А.Г., к.э.н., проф.
(НИУ «МЭИ», г. Москва)**

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ РЕГИОНОВ РФ

Развитие национальной экономики с последовательным наращиванием инновационной составляющей обозначено в качестве одного из государственных приоритетов последнего времени.

Главной движущей силой экономического роста сегодня являются инновации, внедряемые как на производстве, так и в эксплуатации, управлении и потреблении. Вклад в развитие теории инноваций внесли уже многие российские и зарубежные ученые, такие как Й. Шумпетер, Д. Круз, Р. Каплан, Д. Нортон, Н.П. Федоренко, С.С. Шаталин, С.Ю. Глазьев и многие другие [1]. Но, несмотря на актуальность проблемы формирования системы показателей инновационной активности, на сегодня это направление развивается недостаточно. Например, при исследовании инновационной активности предприятий сравниваются отрасли промышленности, а региональному сравнению обычно внимания не уделяется.

В современной экономике роль инноваций значительно возросла. Без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. В рыночной экономике инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы – ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

Опыт экономически развитых стран показывает, что победителем в борьбе за потребителя оказывается тот, кто строит свою деятельность преимущественно на основе инновационного подхода и главной целью стратегического плана ставит разработку новых товаров и услуг [1].

Инновационная активность предприятия может стать одним из основных условий формирования его конкурентоспособной стратегической перспективы, удержания и расширения рыночной ниши.

На сегодняшний день имеется острая необходимость в создании эффективной системы показателей инновационной активности для регионов Российской Федерации с одной стороны, а с другой – на сегодня пока не создано полноценной системы показателей непосредственно для регионов.

После проведенного анализа основных показателей инновационной активности регионов было выявлено, что в каждом регионе существуют

свои специфические условия для формирования инновационного потенциала. Потенциал индивидуален в каждом регионе. Например, Иркутская область обладает огромным научным (включает 9 экономических институтов Иркутского научного центра СО РАН, 5 институтов Восточно-Сибирского научного центра СО РАН, научно-исследовательские организации сельскохозяйственного направления, более 20 прикладных научно-исследовательских и проектных институтов) и мощным промышленным потенциалом (сюда входят такие комплексы, как топливно-энергетический, горнодобывающий, лесопромышленный, нефтехимический; развивается алюминиевая промышленность, машиностроение), но не имеет инновационного потенциала в сфере охраны интеллектуальной собственности; также там не развита инфраструктура поддержки инновационной деятельности и финансовых институтов в поддержку инноваций. А вот в Красноярский край является лидером в России по производству электроэнергии и имеет благоприятный инвестиционный климат для капиталовложений; но помимо этого, там возникла нехватка квалифицированных кадров и отсутствие спроса на инновации у предприятий. Одновременно с этим возможностями Иркутской области является повышение энергоэффективности экономики, обеспечение продовольственной безопасности региона, а также восстановление статуса Иркутской области, как делового, научно-образовательного и культурного центра Восточной Сибири, превращение региона в один из форпостов России во взаимодействии со странами Азии. Красноярский край же имеет возможность формирования благоприятного инвестиционного климата и повышения количества подаваемых заявок на изобретения, полезные модели и товарные знаки.

Рассматривая инновационную активность регионов, можно выделить факторы, влияющие на инновационную активность, которые являются общими для всех. Но в каждом регионе существуют свои специфические условия для формирования инновационного потенциала. Потенциал индивидуален в каждом регионе. Факторы, которые, были на первом месте в одном регионе, могут быть одними из последних в другом.

Необходим индивидуальный подход к изучению инновационного потенциала отдельного региона, поскольку именно регионы определяют инновационную и экономическую картину всей страны в целом.

Я считаю, что в перспективе необходимо создать сбалансированную систему показателей инновационной активности для оценки непосредственно регионов. Показатели могут изменяться в зависимости от анализируемого региона. Это позволит получить наиболее адекватную и полноценную информацию об инновационном развитии отдельных субъектов нашей страны. На основе данной информации можно будет говорить о мерах и решениях, связанных с улучшением экономической си-

туации в регионе и повышением его инновационной активности, а также стимулированием инвестиционных вложений.

Библиографический список

1. Кузьмищев Д.А. Повышение инновационной активности предприятий, 2011.

*Ларина И.Ю., маг.; рук. Кукукина И.Г., д.э.н., проф.
(ИФ РГТЭУ, г. Иваново)*

**К ВОПРОСУ О КОНЦЕПЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
ВУЗОВСКОЙ СРЕДЫ**

Управление инновациями в России при наличии богатейшего опыта создания инновационных центров за рубежом находится в начальном состоянии, осложняемом глобальным финансовым кризисом и трансформациями структурного, институционального, образовательного и интеграционного характера. Выбирая инновационный путь развития экономики, Россия пытается доказать состоятельность государства с высоким научно-техническим потенциалом, способной преодолеть технологическую отсталость.

На фоне постановки фундаментальных проблем многие прикладные вопросы в условиях нарастающего влияния инноваций на конкурентоспособность компаний, повышения роли нематериальных активов и расширения интеллектуального инвестирования требуют дальнейшей разработки. Продвижение инноваций на рынок их коммерциализации сдерживается отсутствием достаточных компетенций собственников, разобщенностью во мнениях экономистов, наконец, специфических методик оценки эффективности инноваций, так как прямой перенос традиций инвестиционного подхода на инновационный лад не всегда адекватен.

Повышение эффективности вовлечения инноваций в хозяйственный оборот в современных условиях невозможно без разработки качественно новой методологии формирования и оценки стратегий устойчивого развития компаний, инновационной поддержки со стороны научной и образовательной среды, стимулирования инициатив персонала и инвестиционной привлекательности бизнеса.

До настоящего времени неразрешенной остается проблема поиска динамического равновесия между стратегической и инновационной деятельностью, необходимы дальнейшие исследования в поиске форм и методов по стимулированию инновационной активности компаний любого сектора экономики и снижения инновационных рисков стратегий в высокотехнологичных и наукоемких секторах [1].

Выделим основные направления, определяющие и поддерживающие потенциал повышения инновационной активности научной и вузовской среды [2]:

1. Поддержка эффективного воспроизводства кадрового потенциала науки с участием государства, вузов и предпринимательской среды. Финансовая устойчивость и постепенный рост конкурентных преимуществ будет способствовать повышению инновационной активности и расширению деятельности за счет собственных средств, снижению стоимости нововведений, экономических и инновационных рисков, сокращению сроков окупаемости инноваций.

2. Содействие интеграции науки и образования, развитие нормативной правовой (законодательной) базы для осуществления инновационной деятельности лаборатории, а также мер ее государственной поддержки, включая прямые (бюджетное финансирование) и косвенные (налоговые преференции, государственные гарантии и т.п.) механизмы.

3. Консолидации финансовых, кадровых и организационных ресурсов, усиление кооперационных связей на уровне государства, регионов, предприятий и вузов для реализации крупных проектов НИОКР. Содействие развитию связей в рамках инновационной деятельности и «диффузии» знаний, поддержка совместных исследований на первоначальной стадии и стадии коммерциализации нововведений.

4. Повышение информационной прозрачности инновационной сферы, прежде в области о новых технологиях и возможных рынках сбыта принципиально нового (инновационного) продукта, а также – для частных инвесторов и кредитных организаций – об объектах вложения капитала с потенциально высокой доходностью.

5. Совершенствование механизмов и принципов бюджетного и внебюджетного финансирования прикладных научных исследований и разработок. Повышение толерантности со стороны органов государственной власти и управления (включая администрации субъектов Российской Федерации и муниципалитеты) социально-экономической значимости развития инновационных процессов с участием вузовской науки для более обоснованного выбора отраслевых и региональных приоритетов развития и, соответственно, более эффективного использования средств.

6. Реорганизация научных секторов в целях повышения их капитализации, координации с государственным сектором исследований и разработок, развитие институтов использования и правовой охраны результатов исследований и разработок, активное позиционирование во внешней среде. Развитие производственно-технологической инфраструктуры на базе инновационно-технологических центров, центров трансфера технологий и инжиниринговых центров.

Учитывая научный, компетентностный и когнитивный потенциал вузовской среды, концепцию стратегии инновационного развития авторы формулируют следующим образом:

«Сбалансированное по кластерам мезо- и микроэкономики развитие исследований и разработок, обеспечивающее расширенное воспроизводство знаний и компетенций в целях роста их конкурентоспособности и вклада в национальную инновационную систему на основе взаимодействия с отечественной бизнес-средой и инновационным опытом зарубежных стран».

Инновационное развитие, построенное на ресурсном потенциале (научном, образовательном, технологическом, информационном, методическом и нормативном), предполагает наиболее эффективное использование таких основных компонентов, как повышение квалификации персонала за счет объединения научно-образовательного процесса, интеграцию с гибкими научно-техническими центрами и предприятиями профильных отраслей, зарубежными коллективами (**рис. 1**).

При этом предполагается, что устойчивость развития инновационной среды во многом будет зависеть от качественного нового понимания принципов глобального устойчивого развития, трансформации ментального ресурса в направлении экономии материально-технических ресурсов за счет разработки и коммерциализации инноваций. Структура управления программой инновационного развития в формате рассматриваемой концепции представлена в **табл. 1**.

Руководитель оценивает внешние условия и внутренние ресурсы, необходимые для успешного инновационного развития, разрабатывает проект и технологию осуществления инновационной деятельности в реальных условиях работы коллектива лаборатории. Реализация этой технологии на основе коммуникаций творческого типа направлена:

- на «развенчание» стереотипов вузовской и научной деятельности посредством осознания существующих противоречий;
- выявление причин противоречий и их зависимости от деятельности;
- поиск методов и приемов разрешения имеющихся противоречий;
- построение новых форм и качества деятельности после устранения противоречий.



Рис. 1. Структура инновационного развития вузовской среды

Таблица 1
Структура управления программой инновационного развития

Заказчики	Научное руководство	Исполнительные структуры
<i>Портфель заказов</i>	<i>Научно-технический совет</i>	<i>Методический совет</i>
Государственные заказчики по приоритетным направлениям развития науки и техники	Научное руководство профильными сегментами	Группа прогнозирования и планирования
Заказчики по научно-исследовательским проектам	Научные руководители по целям и задачам	Группы управления проектами и НИР
Частные инвесторы	Научно-консалтинговое руководство	Группа управления проектами и НИР
Заказчики региональных и муниципальных программ и проектов	Научные руководители по программам, проектам, ФПК	Группа экспертизы и отбора проектов, сектор информационных технологий

К числу целевых индикаторов реализации концепции следует отнести:

1. Устойчивый рост объемов научных исследований и разработок.
2. Укрепление престижа российской науки с усилением притока компетентных молодых кадров в научную сферу.
3. Повышение патентной активности, рост капитализации научных результатов и увеличение удельного веса нематериальных активов в общей сумме активов, направленных на исследования и разработки.
4. Устойчивый рост инновационных центров с перспективой образования при лаборатории малых инновационных предприятий.
5. Повышение инновационной активности научно-исследовательского персонала.

Для дальнейшего стимулирования развития и повышения эффективности инновационной деятельности необходимы следующие меры:

2. Обеспечение технологической направленности фундаментальных и поисковых научных исследований в отраслевом и региональном разрезах.
3. Целенаправленное преобразование наиболее креативных групп в инновационные секторы с целью реализации полного инновационного цикла «идея – разработка – маркетинг – инновация – потребитель».
4. Подготовка к инновационной деятельности команд из креативных сотрудников, обеспечивающих управление инновационными проектами.

5. Ориентация на выполнение совместных научных проектов с участием компаний, апробирующих научные идеи на проектной стадии, инвесторов и вузов.
6. Разработка научно-методического и нормативного обеспечения, подача заявок на патенты для развития и сохранения эффективной инновационной деятельности.

Библиографический список

1. **Кукукина И.Г.** Инновационный подход к образованию в условиях глобализации образовательного пространства // Сб. научных трудов «Глобализация образовательного пространства: теория и практика». Ярославль, 2012.
2. Концепция развития исследовательской и инновационной деятельности в российских вузах // Проект Минобрнауки России, 2008.

*Лунина А.В., студ.; рук. Антонова О.В., ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ ТЕКСТОВ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

В настоящее время значение Интернета как канала передачи рекламной информации огромно. Сайт компании – это своего рода визитная карточка, которую целенаправленно ищут или случайно находят сами потенциальные клиенты. Для интернет-сайта первостепенную роль играют дизайн и вступительный текст, поскольку именно эти аспекты в первую очередь бросаются в глаза посетителям. По ним они составляют свое первое впечатление, ими руководствуются при принятии решения о том, остаться им на данном сайте или покинуть его.

Вступительный текст – это своего рода рекламное обращение, т.е. элемент рекламной коммуникации, являющийся непосредственным носителем информационного и эмоционального воздействия, оказываемого коммуникатором на получателя. Данное послание имеет конкретную форму (текстовую, визуальную, символическую и т.д.) и поступает к адресату через определенный канал коммуникации [1].

Рекламное обращение является центральным элементом рекламы, так как оно [2]:

- представляет рекламоателя аудитории;
- способствует привлечению потенциальных клиентов и выработке у них положительного отношения к компании в целом и рекламируемому продукту в частности;
- является основным средством достижения целей рекламной деятельности.

Основа создания эффективного рекламного обращения – четко поставленная цель проведения рекламной кампании, будь то имиджевая реклама (ознакомление с компанией и ее продукцией) и создание о ней положительного впечатления), стимулирующая реклама (акцент на преимуществах компании и ее продукции) или реклама стабильности (закрепление результатов). Помимо цели значение при разработке рекламных текстов имеют также характеристики целевой аудитории и та стилистика, которая сформировалась относительно данной компании или бренда.

Принято считать, что преимуществом рекламы в Интернете является нежесткое ограничение объема информации. Но на практике существует так называемое «правило 15 секунд». Статистика показывает, что большинство посетителей принимают решение относительно дальнейшего нахождения на сайте за такой короткий промежуток времени [3]. Именно поэтому особое внимание следует уделять структуре и содержанию вступительной статьи.

Как и для печатной рекламы, для рекламы в Интернете огромное значение имеет правильно сконструированный заголовок. Безусловно, его основное предназначение состоит в том, чтобы привлечь внимание посетителей и вызвать желание прочитать текст до конца. Однако не стоит забывать о том, что заголовок также привлекает внимание поисковиков, и чем точнее он будет соответствовать поисковым запросам, тем выше будет его рейтинг в поисковиках, и, как следствие, тем чаще будет посещаться сам сайт.

Сегодняшние сайты немислимо представить без так называемых «ключевиков», т.е. особых поисковых фраз, по которым продвигается статья. Они нужны и читателям, и поисковикам, поскольку именно по ним составляется мнение относительно того, о чем идет речь в данном материале. Таким образом, важно грамотно расставить «ключевики» в тексте. Рекомендуется использовать их в заголовках, в абзаце, стоящем в самом начале (открывающем параграфе), а также расставлять по тексту с определенной частотой.

Ссылки, направляющие посетителя к различным материалам сайта, целесообразно оформлять в виде подзаголовков, содержащих в себе ответы на вопросы: что там находится и зачем эта информация посетителю. Чем важнее ссылка, тем ближе к началу страницы она должна быть расположена.

Завершающий абзац, безусловно, является резюмирующим. Но еще более важно, чтобы он содержал в себе мотив дальнейших действий со стороны посетителя: продлить нахождение на сайте, и значит, познакомиться с компанией и ее предложением подробнее, или еще лучше – немедленно совершить покупку.

Принимая во внимание существование «правила 15 секунд», также можно вынести следующие рекомендации:

- предложения должны быть краткими и емкими;
- не стоит использовать жаргон, сослагательное наклонение и любые двусмысленные фразы;
- цвет фона и шрифта должны сочетаться, однако лучше, если основной текст будет представлен в стандартном виде: черные буквы на белом фоне.

Как показало время, реклама – это не только двигатель торговли. Влияние рекламы сказалось не только на сфере потребительского рынка, но и на политической и культурной жизни общества, а также на правилах употребления русского языка. Язык и стиль современной рекламы далек от совершенства. Использование огромного количества непонятных терминов и иностранных слов, чаще всего американизмов, сухость языка – все это снижает доверие к рекламе, уменьшает ее эффективность. Аудитория Интернет-пользователей неуклонно растет, вместе с ней растут и возможности использования сети как канала продвижения, поэтому, чем шире целевая аудитория сайта, тем универсальнее должен быть язык его текстов.

Библиографический список

1. www.socreklama.ru
2. **Панкратов Ф.Г.**, Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность: учебник. Изд. 7-е, перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005.
3. www.umnoeslovo.ru

*Лямин Б.М., студ.; рук. Букатина Е.Г., доц.
(ПГТУ, г. Йошкар-Ола)*

НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В АПК РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

«Качество продукции – главный фактор конкурентоспособности предприятия». Зачастую продукция, в которой настоящее сырье заменено суррогатами, обычно бывает дешевле, а бывает, что и вкуснее и красивее благодаря ароматизаторам, улучшителям и стабилизаторам. Тем не менее, количество потребителей, которые заинтересованы в появлении на прилавках экологически чистой продукции высокого качества, а также в возможности выбора товара разных ценовых категорий, постоянно растет [1]. Управление качеством является базовой частью производственного

процесса и направлено не столько на выявление дефектов или брака, сколько на формирование высоких потребительских параметров продукции в процессе ее изготовления. На сколько будут четко и умело реализовываться принципы и механизмы стандартизации, метрологии, сертификации и менеджмента качества, от этого зависит способность эффективного реформирования аграрной экономики и интеграции России в мировое сообщество.

На современном этапе, практически все развитые страны вступили в новые правила игры, характеризующиеся развитием интегрированных систем менеджмента качества (ИСМК), основанных на системах менеджмента качества (СМК), системах экологического менеджмента (СЭМ) или системы управления окружающей средой (СУОС) и др. Современные системы менеджмента качества во всех отраслях, в том числе и аграрных, должны развиваться и совершенствоваться с ориентацией на требования международных стандартов ИСО 9000, ИСО 14000, ОHSAS 18001 и др. [2]. В связи с этим, возникает объективная необходимость анализа и оценки, применяемых в менеджменте качества международных стандартов и разработки на этой основе рекомендаций по их адаптации использованию на российских предприятиях в разных сферах деятельности.

Качество является самым эффективным средством удовлетворения требований потребителей и одновременно с этим – снижения издержек производства и повышения конкурентоспособности продукции. Перед каждым хозяйствующим на рынке субъектом, решившим внедрить у себя систему управления качеством, обычно встает вопрос о выборе наиболее приемлемой модели. При этом в основном рассматриваются две базовые [3, с. 6]:

- система управления качеством и безопасностью пищевых продуктов на основе принципов НАССР;
- система менеджмента качества (СМК), построенная на основе международного стандарта ИСО 9001:2000 или его российского аналога ГОСТ Р ИСО 9001-2001.

Многие представители российского бизнеса долгое время придерживались мнения, что сертификация ISO 9001, в первую очередь, необходима крупным производственным компаниям. Но как свидетельствует практика последних лет по пути создания эффективной системы менеджмента качества, соответствующей стандартам ISO 9001, идут всё больше и больше предприятий малого и среднего бизнеса [3]. Чем обусловлена данная тенденция и, какова специфика внедрения СМК на предприятиях?

Во многом активная заинтересованность в прохождении сертификации ISO 9001 обуславливается предъявляемыми со стороны потребителей и надзорных органов требованиями. Также существенную роль играет и тот факт, что грамотно разработанная и внедренная система менеджмента качества ISO 9001 благодаря становлению и эффективно-му развитию результативной системы управления несет с собой целый ряд важных внешних и внутренних преимуществ.

Говоря о специфике внедрения СМК на предприятиях, необходимо отметить ряд особенностей. *Во-первых*, это уровень документированности и степень детализации документов. Кроме того, при сертификации ISO 9001 на предприятиях, как правило, возникают сложности при решении вопросов, связанных с анализом системы управления со стороны руководящего звена, определением миссии в области качества, политики и целей. *Во-вторых*, для предприятий свойственно отсутствие отлаженной системы управления инфраструктурой (например, обслуживания производственного оборудования), а также метрологической поверки измерительных приборов и оборудования. На предприятиях, специализирующихся на выпуске продукции широкого потребления, могут возникать сложности с правильной оценкой потребительских запросов (степени удовлетворенности потребителя).

Внедряя стандарты ISO 9001 на предприятии (реально действующая и эффективная система менеджмента качества) в первую очередь выстраивают цикл PDCA (Plan – Do – Check – Act, что можно перевести, как «Планирование – Выполнение – Контроль – Корректировка») – алгоритм действий по управлению процессом и достижению поставленной цели, начинающийся с планирования. Особое внимание при формировании СМК, отвечающей международному стандарту ISO 9001, рекомендуется уделить документации регламентирующей требования к продукции, поскольку предприятие не всегда имеет возможность подтвердить соответствие выпускаемого продукта установленным критериям [6].

Если рассматривать отдельный регион Российской Федерации – Республику Марий Эл, то здесь, как и по всей России наблюдается интенсивный рост количества товаропроизводителей, внедряющих СМК и НАССР и считающих данное направление приоритетным в своем развитии [5]. Для того чтобы определить с какой целью товаропроизводители получают сертификат соответствия, было проведено интервьюирование на 10 отраслевых предприятиях республики. Обработанные результаты позволили систематизировать факторы, причины, мотивацию и цели получения сертификата предприятиями (**рис. 1**).

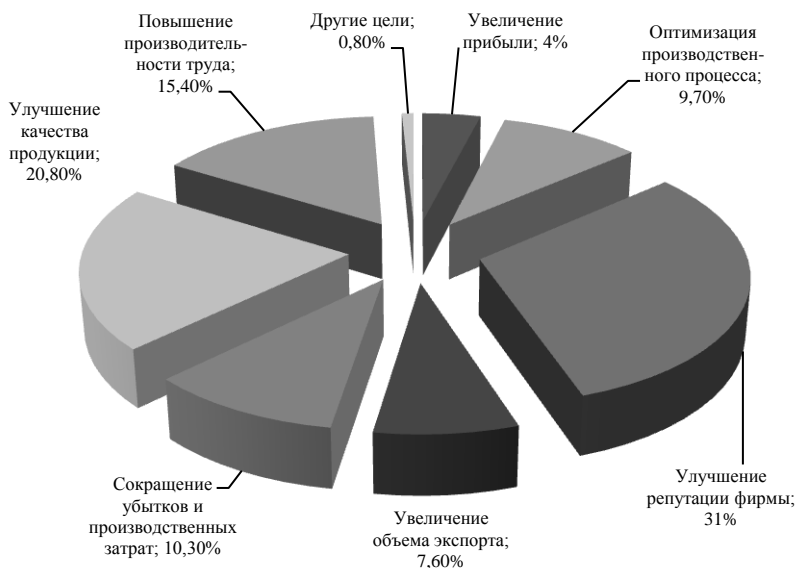


Рис. 1. Цели получения сертификата с/х производителями РМЭ

Повышение репутации фирмы, производительности труда, улучшение качества продукции, сокращение убытков являются основными целями сельскохозяйственных предприятий в Республике Марий Эл при получении сертификатов. Так, например, одно из ведущих предприятий республики, ООО «Птицефабрика Акашевская», благодаря отличному сочетанию цены и качества, уверенно с 2006 г. занимает всё большую долю рынка. Продукцией является выращивание бройлеров (собственное маточное стадо), переработка мяса птицы, производство кормов [4].

ООО «Птицефабрика Акашевская» - современное, высокотехнологичное предприятие, расположенное в Республике Марий Эл. Привлечение лучших специалистов в сфере птицеводства и передовых технологий выращивания и переработки мяса птицы из США (Chore-Time), Европы (Bitzer, Stork, Petersime) и России («Пятигорксельмаш») позволяет «Птицефабрике Акашевская» производить высококачественный продукт, отвечающий всем требованиям российских и зарубежных

стандартов качества. Производственные площадки «Птицефабрики Акашевская» расположены в экологически-чистых районах Марий Эл, а птица выращивается без применения гормональных добавок, стимуляторов роста и генно-модифицированных веществ.

Инкубация яйца проводится в инкубатории Petersime мощностью 32 млн. шт. яиц в год. Автоматизированная система осуществляет оперативный контроль по фактическим показателям – температурный режим, вес яиц и т.д. и оптимизирует состав среды в инкубаторе для каждой конкретной партии яиц непрерывно и интерактивно. В итоге на свет появляются здоровые птенцы, которые затем пересаживаются в птичники - 5 функционирующих площадок для выращивания птицы, территориально удаленных друг от друга и расположенных в экологически безопасных районах Республики Марий Эл, вдалеке от промышленных объектов.

Производительность линии убоя птицы - 6 тыс. голов в час или 100 тонн готовой продукции в сутки, цеха переработки — 25 тонн продукции в смену. Уникальная технология воздушно-капельного охлаждения позволяет мясу сохранить привлекательный вид, сочность и свежесть за счет минимальных потерь мясного сока.

Комбикормовый завод, оснащённый оборудованием одного из лидеров отрасли, позволяет производить до 175 тыс. тонн комбикорма в год. Мощность элеватора — 50 тыс. тонн зерна.

До 40 тыс. га посевных площадей в экологически благоприятных районах Республики Марий Эл, современная техника под управлением высококлассных специалистов позволяет выращивать зерно отличного качества, которое в дальнейшем используется в приготовлении кормов.

Тем не менее, не все предприятия могут четко сформулировать цель при получении сертификата соответствия. Поэтому необходимо составить SWOT-анализ внедрения СМК и ХАССП (табл. 1), с учетом воздействия внешней и внутренней среды.

Стратегические цели многих отраслевых предприятий все еще не включают ориентацию на улучшение качества продукции, что формирует низкий уровень их конкурентоспособности, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Таблица 1 [3, с. 12]

SWOT-анализ внедрения СМК и НАССР, с учетом воздействия факторов внутренней и внешней среды

	Внутренние	Внешние
Положительные мотивы для предпринятий	<p>(S) Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> - улучшение качества планирования; - наглядность и измеримость выполнения процессов; - оптимизация распределения полномочий и ответственности; - повышение ответственности и дисциплинированности персонала; - улучшение коммуникаций между подразделениями, сокращение количества совещаний; - оптимизация документооборота компании, облегчение перехода на электронный документооборот. 	<p>(O) Возможности</p> <ul style="list-style-type: none"> - усовершенствование системы управления и повышение ее эффективности; - повышение качества продукции/услуг, доверие потребителей; - получение выгодных условий кредитования, страхования; - удовлетворение требований поставщиков о наличии в компании действующей СМК; - получение преимущества перед конкурентами при участии в тендерах, выставках, торгах; - повышение имиджа в регионе; - выполнение условия для получения государственного, военного или другого заказа, который финансируется из бюджета.
Отрицательные факторы для предпринятий	<p>(W) Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> - непонимание персоналом целей создания СМК; - отсутствие инициативы персонала в реализации проекта создания СМК; - недостаточное обеспечение ресурсами; - слабый контроль за исполнением решений, принимаемых при создании СМК. 	<p>(T) Угрозы</p> <ul style="list-style-type: none"> - снижение конкурентоспособности продукции АПК региона после вступления России в ВТО.

Республика Марий Эл за 2012 г. заняла II место в России по темпам роста объемов продукции сельхозпроизводства и I в ПФО. Темпы роста в сельхозпроизводстве составили 18,5%, по количеству мяса, произведенного на душу населения – 177, 5 кг. [9]. Так о доверии потребителей говорит и то, что в сентябре 2010 г. «Птицефабрика Акашевская» запустила производство халяльской продукции. На данный момент ассортимент продукции, выпускаемой по стандарту «Халяль», включает замороженное и охлажденное мясо птицы, а также полуфабрикаты. Вся продукция «Птицефабрика Акашевская» производится с разрешения и под контролем Комитета по стандарту «Халяль» Духовного управления мусульман Республики Татарстан и Республики Марий Эл. Так в 2012г. было произведено более 60 тыс. тонн мяса бройлеров. Задача на 2013 –

увеличить этот показатель до 110 тыс. тонн. Таким образом, у Марий Эл появятся все возможности, чтобы не только обеспечивать качественной продукцией население республики, но и поставлять качественную мясную продукцию, в том числе и «халяльную», в другие российские регионы и даже за рубеж [4].

Проведенные исследования показывают, что наиболее широко и успешно в экономиках развитых стран внедряются системы менеджмента качества, соответствующие требованиям ISO серии 9000. Идеология менеджмента качества заключается в постоянном и систематическом управлении всеми процессами производства продукции (оказания услуг) субъекта, основной целью которого является удовлетворение действующих и ожидаемых потребностей потребителей, при участии всех сотрудников предприятия и лидирующей роли его руководства в менеджменте качества.

7 марта 2013 года в Республику Марий Эл прибыла делегации из Индонезии во главе с Президентом Всемирного Совета по Продукции Халяль (WHFC), представителем Всемирного Совета по Продукции Халяль (WHFC) в Европе, Доктором Абдуль Муним Аль Чаманом. Республика Марий Эл имеет все шансы и возможности для выхода на экспорт в Индонезию при соответствующем контроле и получении Сертификата со стороны Центра сертификации «Халяль», который является единственным представителем WHFC в постсоветском пространстве [8].

Следует отметить, что при освоении интегрированных систем менеджмента хозяйствующим в отрасли субъектам следует избегать механического объединения требований международных стандартов (без учета концепций и принципов, на которых они базируются, и специфики сложившегося в организации менеджмента). Это может привести к разбалансированности системы и ее пониженной эффективности [3].

Внедрение на предприятиях Республики Марий Эл ISO и HACCP должно базироваться на ряде принципов:

- приоритетности и оптимальности решения проблем в аграрной сфере;
- обеспечения единых научно-методических и технических подходов в процессе реализации программных мероприятий в аграрной сфере;
- обеспечения своевременного, полного и адресного финансирования программных мероприятий;
- строгого контроля выполнения программных мероприятий.

Таким образом, необходимо предложить:

1. Внедрение интегрированной системы в сельском хозяйстве позволяет не только повысить качественные показатели на протяжении всех этапов производственного цикла, но и обеспечить рост рентабельности для каждого из участников технологической цепи, а также повысить социально-экономические показатели, характеризующие развитие экономики региона в целом.

2. Диагностирование финансово-хозяйственной деятельности предприятий, чья деятельность в целом охватывает весь технологический процесс производства и переработки продукции.

3. Развитие системы менеджмента качества сельскохозяйственных предприятий должно осуществляться на основе:

- постоянной работы по поиску и обеспечению выполнения решений в области безопасности продукции;
- анализа решений в сфере безопасности продовольственной продукции предприятия;
- обеспечения выполнения законодательства России и учета положений международных стандартов серии ISO 9000 и HACCP;
- разработки с учетом специфики применяемых технологий и в увязке с техническим развитием основного производства;
- соблюдения законодательно-правовых и нормативно-технических требований на всех уровнях управления и на всех этапах деятельности.

В целом, от каждого предприятия требуется активизация деятельности на целевых рынках, учета особенностей спроса, предпочтений и ожиданий, а также стремление к улучшению бизнес-процессов и производительности, чему способствует использование различных методов управления качеством. Для этого необходимо создать фактическую, реально действующую СМК для осуществления целей, а не формальную систему, основанную на ведении документации.

Библиографический список

1. **Крамаренко А.** Качество – категория нравственная // Ваш новый день. №655 от 23.03.2013 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vnd12.ru/2013/03/25/kachestvo-kategoriya-nravstvennaya/>
2. **Кухарь В.С.** Зарубежный и отечественный опыт применения СМК и HACCP // Известия международной академии аграрного образования. 2012. Вып. 13. Т. 1.
3. **Кухарь В.С.** Экономическая эффективность внедрения интегрированных систем менеджмента качества на предприятиях малого и среднего бизнеса в зерновом производстве Северного Казахстана (на материалах Костанайской области) // Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. СПб.: Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, 2012.
4. <http://www.akashevo.ru>
5. <http://maristat.mari.ru>
6. <http://www.iso.org/iso/ru/home/about/iso-and-smes.htm>

9. <http://webpticeprom.ru/ru/news>
10. <http://www.halalworld.ru>
11. <http://investrf.com/ru/RU-ME/news/221380>

*Мазунова П.А., Иванов Д.В., студ.; рук. Самосюк Н.А., ст. преп.
(БНТУ, г. Минск)*

ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современных экономических условиях секрет успеха любого предприятия кроется в применении инноваций. Спрос на организационные и технологические инновации, которые могут помочь компаниям удовлетворить все свои стратегические задачи, становится важным компонентом стратегии фирмы.

Все большее внедрение инновационных технологий в электроэнергетике обусловлено мировой политико-экономической ситуацией: развитые страны взяли курс на инновационное развитие и обеспечение своей энергетической независимости, безопасности. Кроме того, влияние таких факторов, как технологический прогресс, повышение требований со стороны потребителей, надежность электроснабжения, изменения рынка, повышение требований в сфере эффективности использования энергии и экологической безопасности — все это обуславливает необходимость масштабных преобразований в отрасли энергетики. Инновации постепенно становятся синонимом альтернативной энергетике, генерации энергии от возобновляемых источников. Сегодня альтернативная энергетика является перспективным с точки зрения экономической и энергетической эффективности направлением деятельности.

В отношении альтернативной энергетике Республика Беларусь не попадает в число инновационных лидеров. Приоритетной является адаптация уже существующих технологий. Введение инноваций в энергетике Республики Беларусь важно не столько с экологической, сколько с экономической точки зрения, так как велико стремление снизить зависимость от импортируемого сырья, а именно нефти и природного газа. В этом отношении «чистая» энергетика, а также энергоэффективность, является одним из лучших решений.

85% всех потребляемых в РБ ТЭР является импортируемыми, на долю России приходится 98% объема импорта. Структура валового потребления ТЭР неизменна на протяжении последних лет и выглядит следующим образом: 60% составляет импортируемый из России газ, нефть и нефтепродукты составляют 23%, импортируемая электроэнергия – 6% ,

местные топливно-энергетические ресурсы (торф, дрова, биомасса) – около 10%, прочие ТЭР – до 1%.

Такое соотношение импортируемых и местных энергоресурсов негативно сказывается на состоянии энергетической безопасности государства. Повышение энергоэффективности должно положительно сказываться на повышении конкурентноспособности товаров белорусских производителей за счет снижения топливно-энергетической составляющей себестоимости продукции.

Высокое значение энергоемкости внутреннего валового продукта также является фактором, негативно сказывающимся и на энергетике, и на промышленности Республики Беларусь. Вследствие этого себестоимость продукции, производимой промышленностью Республики Беларусь, оказывается выше себестоимости продукции стран с меньшим значением энергоемкости. Пока в Республике Беларусь энергоемкость ВВП в 1,5-2 раза выше, чем в развитых странах со сходными климатическими условиями. К 2020 г. планируется снизить энергоемкость ВВП с 400 до 210-220 кг нефтяного эквивалента на 1 тыс. долл. ВВП и выйти по этому показателю на уровень Швеции.

Значительное внимание в плане повышения эффективности производства электроэнергии в республике уделяется целенаправленному реформированию коммунальной энергетики. В перспективных схемах теплоснабжения городов, поселков и других населенных пунктов предусматривается сооружение малых (0,5-50 МВт) паротурбинных и газотурбинных мини-ТЭЦ промышленного и коммунального назначения, модернизация действующих теплоисточников с превращением их в мини-ТЭЦ с установкой паровых турбин, газовых турбин, парогазовых установок, турбодетандеров и выработка электроэнергии с удельным расходом 160-180 г/кВт.ч вместо 320 г/кВт.ч.

Содействовать этому призваны новые технологии и увеличение использования в республике местных видов топлива, вторичных, нетрадиционных и возобновляемых энергоресурсов на 1,7 млн. т. у.т. Необходимо вести учет производства и расходования топливно-энергетических ресурсов. Также немаловажно введение платы за подключение к централизованной системе энергоснабжения, повышение качества и количества приборов учета энергоресурсов, автоматизация процессов энергопотребления и др.

Альтернативная энергетика в Республике Беларусь может условно подразделяться на 2 направления.

1. Прежде чем применять новшества альтернативной энергетике, необходимо научиться экономно расходовать энергию. Эту проблему поможет решить строительство так называемых «умных домов» – зданий,

позволяющих грамотно потреблять электрическую и тепловую энергию, внедрение энергосберегающих технологий. Доля затрат в подобные нововведения окажется довольно значительной, но, в связи с экономией ресурсов, эти инвестиции окупятся довольно быстро. Причем важно учесть, что чем выше будут мировые цены на энергоресурсы, тем быстрее эти технологии начнут приносить экономическую выгоду.

2. Немаловажно использование возобновляемых источников энергии. Здесь значительное внимание уделяется когенерации (одновременному получению тепла и электричества). Когенерационные установки могут работать как на традиционном (природный газ), так и на альтернативном сырье (биотопливо). Из всех возобновляемых источников, именно биоэнергетика в Беларуси обладает наибольшим потенциалом. В стране развито сельское хозяйство, способное поставлять сырье для когенерационных установок. Биогаз может быть получен и из мусора. Пилотные проекты разных направлений уже работают (4 биогазовых комплекса и 1 станция, работающая на свалочном газе). В будущем планируется массовое получение биогаза и биотоплива, а также производство отечественных технологий. По предварительным сведениям, объем добываемого в стране биогаза может достигнуть 503,7 млн. м³ в год. Наибольшую сложность в настоящий момент представляет высокая цена биогазовых установок и некоторые трудности при подключении когенерационного оборудования к сети. С производством отечественных установок эти проблемы могут быть частично решены.

Министерство энергетики Беларуси планирует ввести энергоисточники на местных видах топлива (биомасса древесины, быстрорастущих кустарниковых и травянистых растений, горючая часть коммунальных отходов, отходы получаемые при мелиоративных работах, расчистке территорий под новое строительство, отходы растениеводства, горючие отходы перерабатывающей и пищевой промышленности), которые позволят к 2016 году замещать около 975 тыс. тут ежегодно (в 2010 году было 422 тыс. тут), что эквивалентно 850 млн. куб. м. природного газа.

Сегодня организациями Минэнерго обеспечивается постепенное снижение использования природного газа при производстве электрической и тепловой энергии путем диверсификации топливно-энергетического баланса, в том числе за счет строительства гидроэлектростанций, ветроэнергетических установок, экономичных энергоисточников и перевода котлов, работающих на природном газе, на местные виды топлива (фрезерный торф).

Гидроэнергетика Беларуси также развивается. На сегодняшний день в стране действуют ГЭС мощностью 16,1 МВт, тогда как потенциал водных ресурсов достигает 850 МВт. Поэтому целесообразна модернизация

уже существующих и строительство новых электростанций разной мощности.

Энергия ветра также не останется невостребованной: к 2014 году в Республике Беларусь планируется строительство ряда ветропарков общей мощностью 300 МВт (для сравнения, в 2009 году общая мощность ветряных установок составляла 1,2 МВт).

Энергия ветра и солнца в Беларуси не так развита, как во многих других странах, что обуславливается особенностями климата. Тем не менее, в настоящее время существуют установки, способные получать энергию рассеянных солнечных лучей и в пасмурную погоду; как следствие, эффективность солнечной энергетики повышается.

Альтернативная энергетика включена в Стратегию развития энергетического потенциала Республики Беларусь на 2011-2015 годы. Государство вполне оправданно возлагает на возобновляемые источники большие надежды, поскольку с преодолением технологического барьера они могут стать одной из основ энергетической безопасности страны.

Реализация объектов альтернативной энергетики является необходимым условием развития страны в экономическом и экологическом аспектах. Это позволит снизить себестоимость генерируемой электроэнергии, обеспечить энергетическую безопасность государства, а также снизить степень воздействия на окружающую среду. Наиболее перспективным направлением является строительство биогазовых установок, что позволит значительно уменьшить затраты хозяйств на электроэнергию.

*Маркелова А.П., соиск.; рук. Клочкова Н.В., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИННОВАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РФ

Частное предпринимательство в инновационной сфере фактически начато развиваться во второй половине 80-х годов. Этап становления инновационного бизнеса в России завершился к концу 90-х годов. К этому времени число активно работающих малых инновационных предприятий стабилизировалось.

Следует отметить, что основная масса возникших в этот период инновационных предприятий была создана для реализации инновационного потенциала, заделы для которого были сформированы еще в советский период на государственных предприятиях, в научно-исследовательских институтах и конструкторских бюро.

С созданием этих предприятий связывались надежды на коммерциализацию многолетних научных и инженерных разработок, в первую очередь в машиностроении, химической промышленности, некоторых других областях высоких технологий, в том числе конверсионных [1].

Характерно, что в начальный период еще фактически отсутствовала инфраструктура поддержки малого бизнеса в том достаточно разветвленном виде, в котором она существует сегодня. Поэтому созданные тогда предприятия практически не имели серьезной институциональной опоры для реализации инновационных проектов. Часть из них сами создавали такую опору, прибегнув к коммерческой деятельности, как источнику последующих инвестиций в высокорисковую инновационную деятельность с достаточно длительным сроком окупаемости вложенных средств. Какой-то части повезло найти стороннего инвестора, еще испытывавшего иллюзии относительно возможности быстро коммерциализовать научный потенциал. В последующем, по мере формирования инфраструктуры поддержки малого предпринимательства (например, в виде технопарков при крупных высших учебных заведениях) возникла вторая волна инновационных предприятий, однако ее отраслевой потенциал уже был сильно смещен в сторону телекоммуникаций и информационных технологий.

Инновационная деятельность в России характеризуется низким результирующим показателем инновационной активности при значительном научно-техническом потенциале. В настоящее время разработку и освоение инноваций осуществляют около 6,2 % промышленных предприятий (по данным экспертных оценок) [2].

Из данных государственной статистики следует, что только пять отраслей имеют значения данного показателя, превышающие среднюю по промышленности величину. Это медицинская промышленность (17,3%), химическая и нефтехимическая промышленность (17,3%), черная металлургия (10,5%), машиностроение и металлообработка (7,9%) и топливная промышленность (3,5%). По этому показателю Россия существенно отстает от ведущих стран мира, где на долю новых или усовершенствованных технологий, содержащих новые научные решения, приходится от 70 до 85% валового внутреннего продукта.

Динамика развития малого предпринимательства показывает, что обеспечение роста производства и наращивание производственного и научного потенциала невозможно без привлечения необходимых инвестиций. В условиях ограниченности финансовых ресурсов всех институциональных инвесторов, неразвитости рыночных институтов и инфраструктуры инновационной деятельности, государственное регулирование инновационного развития экономики играет для России особую роль.

Основное направление государственной инновационной политики в этой сфере состоит в том чтобы, с одной стороны, сохранить накопленный научно-технологический потенциал и, с другой стороны, развивать необходимую инфраструктуру и экономические механизмы, стимулирующие инновационные процессы [3].

Особенность текущей ситуации состоит в наличии научно-производственной базы, значительного объема фундаментальных и технологических заделов, высококвалифицированных кадров в сочетании с недостаточной реализацией конкретных инноваций в связи с отсутствием собственных средств у предприятий, ограниченностью централизованных источников финансирования, заемных и привлеченных средств, низким спросом на научно-техническую продукцию.

Малые технологические фирмы занимаются доведением научных исследований и разработок до готового рыночного продукта, выпуском малых серий продукции. Они играют роль интерфейса между наукой, производством и рынком, сканируют рынок, поставляют заказы на рыночно ориентированные исследования и разработки, осуществляют продвижение разработок на рынок. Вложенные в инновационную инфраструктуру средства возвращаются повышением занятости и увеличением сбора налогов.

Формирование региональной инновационной инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства предусматривает:

- создание условий для повышения успешности венчурных инновационных проектов и снижения рисков за счет создания распределенной системы сквозной экспертно-консультационной поддержки, организации и распределения рисков между участниками инновационной деятельности, включая государство;
- обеспечение системности и взаимосвязанности поддержки инновационных проектов малых предприятий с городской и федеральной системами поддержки малого предпринимательства.

Эффективная поддержка инновационной деятельности требует и таких новых услуг, которые не могут существовать отдельно, а взаимосвязаны и являются эффективными только при комплексной реализации. Системные консультационные услуги экспертов высшей квалификации по способам защиты и передаче интеллектуальной собственности, оценке ее стоимости, инновационному, финансовому менеджменту, другим вопросам инновационной деятельности, основанные на исследованиях и анализе опыта, позволяют значительно снизить риски инновационных проектов менеджерам малых инновационных фирм.

В современных российских условиях видится необходимым выстраивание системы государственных организаций, способной обеспе-

чить «сквозную» поддержку малых наукоемких предприятий. При этом очевидно следует сконцентрировать внимание на координации деятельности уже существующих организаций, оказывающих содействие развитию инновационной деятельности. В отдельных сегментах поддержки у инфраструктурных организаций различных типов наблюдается не располагающее к эффективной деятельности дублирование функций, в некоторых – взаимное дополнение, обуславливающее существование возможностей для координации и кооперации.

На каждом из этапов становления (которые можно условно выделить почти для каждого инновационного предприятия и сформулировать основные особенности развития на каждой из стадий) компании важно представлять, какие формы поддержки она может получить и какими видами услуг может воспользоваться. В этом смысле существенным является не только выстраивание такой структуры поддержки, при которой на любом из этапов жизненного цикла высокотехнологичной компании, она может воспользоваться в той или иной форме поддержкой государства, но и повышение степени доступности информации об инфраструктуре, а также повышение прозрачности ее деятельности [4].

Нехватка существующих видов и форм поддержки проявляется как в недостатке координации между государственными организациями и недостаточностью объемов предоставляемых ими услуг, так и в существенном количественном недостатке отдельных типов инфраструктурных организаций. В связи с этим предлагается сконцентрировать усилия на развитии кооперации различных государственных организаций, предоставляющих схожие услуги, а также стимулировать создание на федеральном и региональном уровнях специализированных центров инновационного развития.

Библиографический список

1. **Гольдштейн Г.Я.** Инновационный менеджмент. Таганрог: изд-во ТРТУ, 2005.
2. **Цыганов А.Г.** Инновации в малом бизнесе [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.innovbusiness.ru/content/document_r_A6B0F472-FCDD5-48C8-AF8F-5F0DD243D6CA.html
3. **Шевченко И.К.** Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004.
4. **Шамрай А.А.** Инфраструктура поддержки малого инновационного предпринимательства [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.nisse.ru/work/experts/expert_14.html?mode=opinions&opinion=76

*Морозов А.В., маг.; рук. Юденко М.Н., д.э.н., доц.
(СПбГЭУ, г. Санкт-Петербург)*

РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ОТХОДАМИ В РОССИИ

Актуальность тезисов определяется важной социально-экономической проблемой в нашей стране – огромным количеством отходов, которые влияют на экологию и здоровье населения. В связи с чем, необходим комплекс мероприятий, включающий в себя все процессы от сбора и до окончательной утилизации мусора. И в этом случае речь должна идти о современном менеджменте – менеджменте, который связан с выполнением заданий в области экологии. Неослабевающий поток идей всякий раз заново задает направление тому, что и как должны делать менеджеры. В статье будут рассмотрены идеи в области создания современных технологий, направленных на эффективное управление отходами в нашей стране.

По данным Росстата, образование отходов производства и потребления по всем видам экономической деятельности по Российской Федерации составляет 4,3 млрд. тонн ежегодно. Количество ТБО составляет 63 млн тонн/год (в среднем 445 кг на человека). Состав ТБО: бумага и картон – 35%, пищевые отходы – 41%, пластмассы – 3%, стекло – 8%, металлы – 4%, текстиль и другое – 9%. В среднем перерабатывается 10-15% мусора. В 2011 г. использование и обезвреживание отходов в России составило 1990,7 млн. тонн [1].

Преимущественный способ утилизации отходов (ТБО) в России – их захоронение на специально спроектированных полигонах. Несоблюдение при функционировании свалок санитарно-эпидемиологических норм, наличие огромного количества несанкционированных, заброшенных, неправильно спроектированных полигонов и свалок создают существенную угрозу окружающей среде и безопасности населения. По данным Минприроды, на территории Российской Федерации выявлено 46893 несанкционированные свалки твердых бытовых отходов (ТБО) на общей площади 14599 га [1].

Проблема рационализации системы управления отходами в России весьма острая, активно обсуждается последние несколько лет, но существенных изменений на данный момент не достигнуто. На наш взгляд, необходим системный подход, выходящий далеко за рамки обычной деятельности по обращению с отходами производства и потребления. Существенных дополнений, в первую очередь, требует законодательство, регламентирующее обращение с отходами, также стимулирование предпри-

нимательского сектора, инновационной активности. Нельзя оставить без внимания необходимость осмысления населением наличия серьезной проблемы с отходами и пересмотра собственного отношения к ней.

Тем не менее, поток идей в области экологического менеджмента не ослабевает. Хорошие идеи не всегда гарантируют успех в мире практики. Большинство из них не находит должного воплощения. Но на некоторых идеях, связанных с современными технологиями в управлении отходами мы остановимся.

Весомый вклад в решение проблемы рационализации управления отходами на этапе их утилизации в России, может внести применение подхода «waste-to-energy» (отходы в энергию). Подход, в первую очередь, интересен тем, что предлагает широкие возможности практического использования альтернативных и возобновляемых источников энергии в различных рамках. Как уже упоминалось выше, количество ежегодно производимых в России ТБО составляет десятки миллионов тонн, и, при WtE подходе, из источника проблем они могут стать источником энергии.

Изначально «энергия из отходов» - это процесс получения энергии в форме электричества или тепла за счет сжигания мусора в специальных печах, т.е. за счет прямого горения. Сегодня появляется множество технологий WtE, способных производить энергию и различные виды синтетического топлива без прямого сжигания отходов. Приведем небольшую классификацию. Технологии можно разделить на 2 основные группы: тепловые и нетепловые. К первой относятся такие виды, как газификация, плазменная газификация, пиролиз, тепловая деполимеризация, ко второй – анаэробное разложение, ферментация, механическая биологическая очистка.

Экологически чистый способ получения энергии из отходов, основанный на процессе пиролиза, разработан немецкой компанией «Thermotec Power». Комплекс, производительностью 15 тыс. тонн отходов в год, мощностью 2МВт функционирует в городе Эйленбург (Германия) с 2002 г.[2].

Интересной является отечественная технология АИСТ (альтернативный источник синтетического топлива). Инновационной является разработка научно-производственного объединения «Базальт» из города Томск. По словам разработчиков, с помощью технологии можно перерабатывать абсолютно все виды углеродосодержащих отходов в синтетическое топливо, высокооктановый бензин класса Евро-4[3]. Компанией предлагаются различные варианты исполнения – стационарный и мобильный, различная производительность установок, способность удовлетворять интересы, как небольших заказчиков, так и государства. Среди аналогов производители обозначают упомянутую выше технологию Тер-

мотек и приводят сравнение, в котором АИСТ выигрывает по всем показателям. Технология на данный момент вызывает скептическое отношение, внимание со стороны государства практически отсутствует, однако, согласно последним новостям, лицензия и права на технологию АИСТ были приобретены крупным швейцарским холдингом Korsair.

На данный момент определенного положительного результата смогла добиться корпорация Greenlight Energy Solutions со своей технологией пиролиза GLES. Вот что заявляют представители: «Благодаря отсутствию процесса горения и правильному подбору температурного режима в процессе не образуется летучей или остаточной золы. Более того, применение высокотемпературного пиролиза (700-750 °С) позволило избежать образования диоксинов и фуранов в твердом коксующемся остатке, делая его пригодным для дальнейшего использования. Система Waste Conversion Pyrolysis является единственной системой переработки смешанных отходов, в которой достигается полный молекулярный распад и уничтожение диоксинов и фуранов»[4].

Согласно новостям компании 24 сентября 2012 г. Подкомитет экологии Комитета Государственной Думы по природным ресурсам, природопользованию и экологии одобрил технологию Waste Conversion Pyrolysis на заседании по вопросу совершенствования системы управления муниципальными отходами и внедрению передовых и эффективных технологий в регионах Российской Федерации.

Развитию и применению прогрессивных технологий в области утилизации отходов производства и потребления в стране препятствует целый ряд причин и нельзя сказать, что причины эти касаются только лишь обращения с отходами в нашем государстве. В конечном итоге основной проблемой была и остается исключительно сырьевая направленность отечественной экономики, отсутствие развитой инновационной инфраструктуры, снижение научного потенциала государства, отсутствие внедрения, практического применения результатов НИОКР.

Нельзя сказать, что в стране не прилагается усилий к решению обозначенных проблем. Об определенных положительных тенденциях в рамках рассматриваемой в статье темы свидетельствуют такие факты, как, например, создание правительством республики Татарстан совместно с немецкой компанией Wermuth Asset Management фонда чистых технологий объемом 110 млн. евро, начало разработки проекта переработки бытовых отходов г. Ижевска в тепловую и/или электрическую энергию. Но все же, тот потенциал, те ресурсы, которыми обладает наше государство, на данный момент расходуются, на наш взгляд, недостаточно.

В заключении отметим, что хорошие идеи не гарантируют успеха в мире практики, большинство из них не находит должного воплощения,

но новые концепции менеджмента в области экологии в конечном итоге изменят отношение к вопросу управления отходами в России.

Библиографический список

1. www.gks.ru
2. <http://thermotec-power.com>
3. <http://unicron.ucoz.com>
4. <http://www.greenlightenergyservices.com>

*Нурмагомедова Б.А., студ.; рук. Н.В. Ключкова, д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ВНЕДРЕНИЕ ПАТЕНТНОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В Налоговый Кодекс Российской Федерации Федеральным Законом «название» (от 25.06.12 № 94-ФЗ) введена новая глава 26.5, которая посвящена *патентному налогообложению*. Эти поправки призваны стимулировать развитие малого бизнеса путем усовершенствования специальных налоговых режимов. Патентная система налогообложения (далее ПСН) является разновидностью специального налогового режима. Сущность ПСН состоит в получении патента на определенный срок, заменяющего собой уплату некоторых налогов.

Перечень из 47 видов предпринимательской деятельности, по которым можно приобрести патент, укрупненно установлен НК РФ на федеральном уровне. К таким видам деятельности относятся в частности: одежда, обувь, прочие предметы (ремонт, пошив, чистка, окраска, изготовление ...); жилье (ремонт, услуги ...); мебель и интерьер (ремонт, услуги ...); бытовые приборы и предметы (ремонт, услуги ...) и др..

ПСН будет действовать только в тех субъектах Российской Федерации, где до 01.12.2012 г. будут приняты региональные законы о введении в действие этого режима. Патент приобретается отдельно по каждому виду деятельности. Полученный патент действует на территории того субъекта, где он был получен.

Рассмотрим основные положения патентной системы налогообложения и сравним ее с существующим режимом УСН (**табл. 1**).

Из выше приведенного сравнения можно заметить, что на ряду с плюсами присущих ПСН (способ ведения налогового учета, отсутствие необходимости подавать налоговые декларации и т.д.), есть и существенные минусы.

Таблица 1
Основные положения и сравнение УСН и ПСН

Параметр	ПСН	УСН
Кто может применять	Только индивидуальные предприниматели	Индивидуальные предприниматели, юридически лица
Условия применения	1) Все доходы по всем видам деятельности – не более 60 млн руб. в год 2) Не более 15 сотрудников	1) Доходы не более 60 млн руб. в год 2) Не более 100 сотрудников 3) Остаточная стоимость основных средств – не более 100 млн руб. 4) Для организаций – доля участников-юридических лиц – не более 25% 5) И другие в соответствии со ст. 346.12 НК РФ
Виды деятельности	47 (субъекты имеют право дополнить список)	69
Льготы	Освобождение от уплаты: 1) налога на прибыль (для организаций) и НДФЛ (для ИП); 2) налога на имущество; 3) НДС (за некоторыми исключениями). В отношении имущества, прибыли, доходов и расходов от деятельности на спецрежиме.	
Процентная ставка	6%	6% и 15%
Объект налогообложения	Потенциальный доход, который устанавливается законами субъектов РФ (от 100 тыс. до 1 млн руб.) в зависимости от вида деятельности	1) Доход 2) Доход минус расход
Сроки уплаты	1) если патент на срок до 6 месяцев – всю сумму в течение 25 дней с даты начала действия патента; 2) если патент на срок от 6 до 12 месяцев: - 1/3 в течение 25 дней с даты начала действия патента; - 2/3 за 30 дней до окончания срока действия патента.	Авансовые платежи – ежеквартально до 25 числа первого месяца, следующего за кварталом
Можно ли налоговую базу по основному налогу уменьшить на расходы	Не предусмотрено	Уменьшить налоговую базу по налогу при УСН можно только при применении объекта налогообложения доходы минус расходы в соответствии с п.1 статьи 346.16 НК РФ

Окончание табл. 1

Параметр	ПСН	УСН
Нужно ли вести налоговый учет	Учет ведется в Книге учета доходов и расходов	Учет ведется в Книге учета доходов и расходов
Применение ККТ	Не применяется, но по требованию клиента выдается документ об оплате. Исключение: бытовые услуги населению, по которым обязательно применение БСО	Обязательно. В случае оказания бытовых услуг населению можно вместо чека ККМ выдавать БСО
Сдача отчетности	Не представляется	Декларация по УСН подается один раз по окончании календарного года

Например, минимальная стоимость патента составляет 6000 руб. за год, независимо от финансового результата предприятия, оплачивать патент нужно вперед, из стоимости патентов нельзя будет вычесть уплаченные страховые взносы, если ИП заработает больше 60 млн руб., то он теряет права на пользование патентом и т.д. Что касается практики применения нового специального налогового режима ПСН, в разных регионах России она различная.

С начала 2013 года в Ростовской области на патентную систему налогообложения перешли 287 индивидуальных предпринимателей. В Свердловской области количество купленных патентов составило 2465. Большинство предпринимателей, перешедших на новую систему налогообложения, занимается сдачей в аренду нежилого имущества. В Москве было куплено 1842 таких патента, стоимость которого — 60 тыс. рублей в год, большую часть купивших патент составляют собственники элитных квартир, в том числе зарабатывающих на сдаче жилья в аренду уже не первый год.

Помимо патентов на сдачу квартир, наибольшим спросом в Москве налог пользуется среди автомобильных перевозчиков. 1905 патентов на этот год получили перевозчики грузов и 1240 — пассажиров.

Таким образом, патентная система налогообложения представляется не способом налогового контроля в виде вмененного дохода и обязательности применения, а способом легализации деятельности физических лиц, занимающихся предпринимательством.

Библиографический список

1. Кто покупает патенты [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://izvestia.ru/news/544448>
2. Патентная система налогообложения: применение, уплачиваемая сумма, получение патента [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pnalog.ru/material/psn-primenenie-uplachivaemaya-summa-poluchenie-patenta>
3. Применение новой системы налогообложения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ekaterinburg.bezformata.ru/listnews/primenenie-novoj-sistemi-nalogooblozheniya/10146503/>
4. Федеральный закон «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» № 206-ФЗ от 29.11.2012 г.

*Орлов А.А., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА АЭС

Проводимые на АЭС мероприятия по модернизации и техническому обеспечению основного и вспомогательного оборудования позволили существенно увеличить уровень безопасности при эксплуатации ядерных энергоблоков, повысить надежность работы оборудования и устойчивость энергоснабжения, снизить затраты на эксплуатацию. В то же время, число нарушений, обусловленных неверными действиями персонала, остается практически неизменным, что ведет к росту относительной доли человеческого фактора в событиях на АЭС. В связи с этим для атомной отрасли остро стоит задача создания и реализации методов управления, повышающих надежность деятельности персонала [1].

Основные вклады различных барьеров и защит в предупреждении событий по вине человека оцениваются следующим образом [2]:

- 1) организационные факторы (условия на рабочем месте) – 36%;
- 2) организационные факторы (процессы) – 31%;
- 3) организационная культура – 17%;
- 4) исполнитель – 11%;
- 5) внешний надзор – 4%;
- 6) общественный контроль – 1%.

Поэтому особое значение при рассмотрении защит и барьеров необходимо отводить именно организационным факторам.[3]

Предложена модель, которая определяет следующие характерные признаки эффективного процесса улучшения деятельности человека:

- Мониторинг деятельности

1. Определение показателей эффективности деятельности для оценки текущего состояния и прогноза динамики в будущем.

2. Оценка расхождений между текущими и желаемыми (запланированными) показателями эффективности деятельности.

- Анализ причин, определение и планирование решений. Выработка мер, которые определяют действия, необходимые для ликвидации выявленных расхождений и улучшения деятельности.

- Реализация решений. Осуществление мер во исполнение отобранных и согласованных решений, которые ликвидируют выявленные расхождения и улучшают деятельность.

- Организационные особенности. На эффективность процесса улучшения деятельности человека оказывают глубокое влияние следующие факторы:

1. Лидерство и внутренний надзор.

2. Знания и навыки персонала.

3. Организационная культура.

Данный подход – это набор методов и инструментов для сокращения числа ошибок человека, новый взгляд на возможности и ограничения природы человека, новые представления на причины нежелательных событий, понимание необходимости формирования такой культуры, которая бы поощряла добровольные сообщения о событиях и ошибках, и опиралась на культуру справедливых отношений. Все это требует не просто разработки очередных документов и инструкций, а перестройку взглядов, убеждений и отношений внутри коллектива смены оперативно-го персонала на АЭС.

*Петровская Е.В., студ.; рук. Иванова О.Е., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В РОССИИ

Бизнес-планирование является одним из самых главных механизмов и инструментов управления предприятия, которое предопределяет и прогнозирует его эффективность в будущем. Создание бизнес-плана позволяет управляющей команде более эффективно пользоваться средствами и активами предприятия, и использовать планирование для успешного управления.

На сегодняшний день едва ли не каждая компания хотя бы раз пыталась заниматься составлением бизнес-плана. В большинстве случаев к этому вынуждает необходимость привлечения инвестиций. В этом про-

является его внешняя функция. Но более важной является его внутренняя направленность – как важнейшего инструмента внутрифирменного планирования. Однако очень часто написанные специалистами предприятий бизнес-планы (в т.ч. с использованием специализированных компьютерных программ) не заинтересовывают инвесторов.

Таким образом, мы видим, что роль бизнес планирования высока. Однако на настоящий момент в России сфера составления бизнес-планов находится на низком уровне.

Бизнес-планирование – явление относительно новое в России. С развитием рынка в России необходимость бизнес-планирования стала настолько очевидной, что уже в 1994-1995 гг. их применение становится массовым явлением. Но, как и в любой сфере деятельности, в нашей стране есть свои особенности.

Одной из причин неэффективного планирования в России заключается в том, что часто российские предприниматели не имеют необходимой профессиональной подготовки для написания бизнес-планов. У них большой опыт плановой и прогнозной работы, оценок экономической эффективности проектов и т.д.. Но современная ситуация требует смещения акцента с производственной стороны проектов на рыночную. Необходимы оценка платежеспособного спроса на продукцию, состояние конкуренции, анализ экономической и финансовой устойчивости и результативность. Экономическая и социальная ситуация, в которой работают российские предприятия, зачастую не позволяют им осуществлять прямое использование зарубежных методических разработок при составлении бизнес-планов. Необходима их адаптация к реальным хозяйственным, социальным, правовым и другим условиям нашей страны.

Условия нарождающегося рынка диктуют необходимость использования общепринятой в других странах практики продвижения предпринимательских проектов для инвестирования. К сожалению, российская специфика инвестиционного климата усложняет процедуры разработки бизнес-планов и учета в них ряда трудно предсказуемых факторов. К ним можно отнести уровни инфляции, например, общая инфляция, инфляция на сбыт, на себестоимость продукции, на заработную плату, на основные фонды и т.д., плавающие банковские и налоговые ставки, недостаточность информационных и статических данных и т.д.

Как уже было сказано выше, все существующие методики бизнес-планирования в России так или иначе связаны с зарубежными методиками. В процессе изучения данной области в большинстве источников упоминались американские принципы бизнес-планирования. Главным отличием американского бизнеса от российского заключается в том, что предпринимательская деятельность для американца – это, прежде всего,

свобода, независимость, самореализация. В отличие от России предпринимательская деятельность в Америке – это образ жизни, а не способ заработать деньги. Различно в США и России отношение к бухгалтерскому учету. В России учет – это, прежде всего, средство удовлетворить любопытство контролирующей инстанции, в США – инструмент для лучшего понимания своего бизнеса и поиска путей увеличения его доходности. Начинаящий американский предприниматель находится в уникальных условиях в том смысле, что государство ему оказывает всемерную поддержку, это в первую очередь информационное обслуживание и консультирование. В России необходимо компенсировать отсутствие государственных услуг собственной активностью.

Жизнь всегда непредсказуема, и ее трудно уложить в схематические рамки любого плана. Нельзя говорить о том, что спланировав свой бизнес, вы застрахуетесь от возможных неприятностей или сможете предсказать будущее. Вместе с тем, заниматься планированием бизнеса необходимо. Прежде всего, потому, что планирование бизнеса позволяет увидеть все вновь возникшие риски. При этом будет возможность минимизировать финансовые и моральные потери. Своевременно провести все необходимые мероприятия, которые позволят достичь вам желаемых целей и минимизировать потери.

На сегодняшний день любая компания может воспользоваться типовыми бизнес-планами, либо заказать индивидуальный бизнес-проект. Многие интернет-порталы предлагают готовые бизнес планы для типовых видов бизнеса, и их количество достигает нескольких тысяч, одним из крупнейших таких бизнес-порталов является РБК.

Библиографический список

1. <http://piter-consult.ru>
2. <http://marketing.rbc.ru>
3. **Крэйн М.** Как написать бизнес план [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.forbes.ru>

*Плошкина Ю.П., студ.; рук. Иванова О.Е., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ОБЗОР ЗАРУБЕЖНЫХ МЕТОДИК БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

Современный бизнес функционирует в условиях нарастания сложности, неопределенности и динамических изменений, происходящих во внешней среде. Источники возникновения неопределенности разнообразны

разны и связаны с действием целого ряда факторов, находящихся как внутри организации, так и вне её.

Успех любого бизнеса в первую очередь зависит от того, насколько удачно выбрана сфера предпринимательства, правильно оценена рыночная конъюнктура, выбрана стратегия и разработана тактика ее реализации. Сегодня возрастает значимость и важность разработки стратегии, стратегического планирования не только для крупных, но и для средних, и даже для мелких компаний.

По мнению Ф. Котлера, ориентированное на рынок стратегическое планирование – это управленческий процесс достижения и поддержания стабильного равновесия целей, возможностей и ресурсов организации и новых рыночных возможностей. Цель стратегического планирования – создание и реформирование бизнеса, продукта компании, направленное на успешное её развитие и достижение поставленных целей [1].

Однако чтобы связать воедино стратегически цели и стратегию их достижения в некоторое согласованное и управляемое целое, обеспечить реализацию целей на практике разными подразделениями компании, необходима разработка бизнес-плана.

Идея составления бизнес-планов родилась в США. Более 30 лет назад зарождение и развитие молодых высокотехнологичных компаний в сфере компьютерных, телекоммуникационных и медицинских технологий потребовало немалых финансовых средств. Предприниматели стали активно обращаться в финансовые организации (инвестиционные фонды, инвестиционные банки, венчурные фонды) или к индивидуальным инвесторам («бизнес-ангелам») за получением денежных средств для реализации своих инновационных идей и проектов коммерческого назначения. Благодаря венчурному капиталу были созданы такие гиганты, как Intel, Microsoft, Apple, Xerox, Amazon и др.

С переходом к рыночной экономике в ходе проведения широкомасштабных экономических реформ бизнес-планы стали использоваться и в российских компаниях. И если первоначально, в середине 1990-х гг., они разрабатывались преимущественно с целью получения инвестиций из внешних источников, то сегодня спектр направлений их практического использования стал заметно шире.

Рассмотрим понятие бизнес-плана, используемое в двух значениях [2].

1. Бизнес-план – это письменный документ, который представляет собой стратегический план создания и/или развития бизнеса компании. Он отражает текущее состояние, цели и стратегию их достижения, предполагаемые потребности и ожидаемые результаты развития бизнеса компании.

2. Бизнес-план – это основной документ, предоставляемый инвестору, в котором в краткой форме и общепринятой последовательности излагаются суть, основные характеристики, финансовые результаты и экономическая эффективность проекта.

В первом случае бизнес-план рассматривается как результат сводного планирования деятельности компании, которое осуществляется систематически, на регулярной основе. Во втором случае бизнес-план является результатом единовременного планирования, осуществляемого в рамках проекта для решения конкретной стратегической задачи.

Главная отличительная особенность бизнес-плана – сводный, системный характер этого документа, что отличает его от других видов планов, разрабатываемых на предприятии. В нем увязаны характеристики и факторы внешней среды бизнеса с внутренними характеристиками и функциональными сферами деятельности самого предприятия (от маркетинга и сбыта продукции до технологического обеспечения производства продукции) [3].

Для разработки бизнес-плана используются методики или пособия, выбор которых для инициаторов проекта сейчас достаточно широк. Наиболее распространенными методиками по разработке бизнес-планов являются зарубежные методики: Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР), мирового банка реконструкции и развития (МБРР), Международной финансовой корпорации (МФК) – структуры Мирового Валютного Фонда, а также UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) и др [4]. (табл. 1).

Различие между методиками вытекает из того, что в каждой из них считается наиболее важным. В методиках МФК, ЕБРР и UNIDO больше внимания уделяется обоснованию экономической эффективности проекта, в методике МБРР – оценке ситуации на рынке, где действует или предполагает действовать предприятие, являющееся разработчиком проекта.

Выбор конкретной методики разработки бизнес-плана, глубина и временной горизонт его проработки, вариантность закладываемых в него решений, объем, наличие прилагаемых документов и справок зависят от многих факторов. Среди них можно отметить [6]:

- величины предполагаемых инвестиций по конкретному проекту и специфику потенциального инвестора;
- является ли целью написания бизнес-плана получение банковского кредита (коммерческие банки не имеют единого подхода к разработке бизнес-планов, и почти каждый крупный банк старается разработать собственную методику, в которую закладывает свои требования);

Таблица 1[5]

Основные характеристики зарубежных методик разработки бизнес-плана

Наименование раздела	ЕБРР	МБРР	МФК	UNIDO
Цель	Убедить инвестора (кредитора) в экономической эффективности предлагаемого проекта.			
Резюме	Краткое изложение результатов всех расчетов, приведенных во всех последующих разделах бизнес-плана.			
Рынок	<p>Включает в себя подробные результаты маркетинговых исследований того сегмента рынка, на котором реализуется продукция предприятия. Здесь в обязательном порядке освещаются следующие вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • поставщики, доля в объеме поставок, условия поставок, цены на закупаемую продукцию; • потребители, доля в объеме продаж, условия, цены и порядок продаж; • основные конкуренты, а также производители товаров-субститутов, тактика и стратегия поведения на рынке, их доля на рынке; • описание рынка (емкость, географическое положение, либерализм или консерватизм властей тех регионов, на которых располагаются сегменты рынка); • выработанные маркетинговые мероприятия самого предприятия. Именно здесь объясняются причины возникновения необходимости разработки и реализации проекта. 			
Проект	Техническое описание проекта, включая описание необходимого оборудования, технологических процессов и линий. Описываются производители необходимого оборудования, условия приобретения и поставки.			
Финансирование проекта	Доли участия заявителя и инвестора (кредитора) в проекте.			
Калькуляция проектных затрат	Указывается, на что именно необходимо затратить средства по данному проекту.			
Доходы по проекту	Представлены все текущие поступления и затраты в процессе реализации проекта. Производится расчет валовой, операционной и чистой прибыли.			
Чувствительность проекта			Расчет проводится	Расчет проводится
Проектно-балансовая ведомость		Полная – соответствует балансу	Сокращенная	Полная – соответствует балансу
Расчет денежных потоков		Расчет проводится		Расчет проводится
Расчет ВНД	Расчет проводится		Расчет проводится	Расчет проводится

- разрабатывается ли бизнес-план для получения государственной поддержки в виде налоговых льгот, частичного финансирования из государственных источников и т.д.;
- планируется ли вложить собственные средства в создание нового или развитие уже существующего бизнеса.

Таким образом, значение бизнес-планирования для экономической деятельности предприятия в современных условиях трудно переоценить. Оно является основой стратегического планирования и необходимой базой для принятия грамотных управленческих решений.

Библиографический список

1. **Котлер Ф.** Маркетинг, менеджмент. СПб.: Питер Ком, 1998.
2. **Стрекалова Н.Д.** Бизнес-планирование. СПб.: Питер, 2012.
3. **Стутели Р.** Бизнес-план. СПб.: Нева, 2003.
4. **Ковалев В.В.** Методы оценки инвестиционных проектов. М.: Финансы и статистика, 2000.
5. **Кислов Д.В.** Составление финансовых планов: методы и ошибки. М.: Вершина, 2006.

*Поляков П.А., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Инновационный потенциал организации – это степень ее готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели, т.е. степень готовности к реализации инновационного проекта или программа инновационных преобразований и внедрения инноваций [1].

Развитие инновационного потенциала организации может осуществляться только через развитие всех ее подразделений, а также всех элементов производственно-хозяйственной системы. Поэтому для оценки инновационного потенциала необходим тщательный анализ или диагностика внутренней среды организации.

Внутренняя среда организации построена из элементов, образующих ее производственно-хозяйственную систему. Для удобства анализа эти элементы обычно группируют в следующие блоки [1]:

- **продуктовый (проектный) блок** — направление деятельности организации и их результаты в виде продуктов и услуг (проекты и программы);
- **функциональный блок** — преобразование ресурсов и управления в продукты и услуги в процессе трудовой деятельности сотрудников организации;

- ресурсный блок — комплекс материально-технических, трудовых, информационных и финансовых ресурсов предприятия;
- организационный блок — организационная структура, технология процессов по всем функциям и проектам, организационная культура;
- блок управления — общее руководство организации, система управления и стиль управления.

Оценка инновационного потенциала обычно производится по схеме [1]:

Ресурс → Функция → Проект

При этом под проектом имеется выпуск и реализация нового продукта (услуги) или новое направление деятельности.

Задачи оценки инновационного потенциала организации могут быть поставлены в двух плоскостях [1]:

- частная оценка готовности организации к реализации одного нового проекта;
- комплексная оценка текущего состояния организации относительно уже реализуемых проектов.

В соответствие с тем, каким образом ставится основная задача оценки инновационного потенциала, применяется одна из двух возможных методик оценки: детальная или диагностическая. Детальный анализ проводится, в основном, на стадии обоснования инновации и подготовки проекта ее реализации и внедрения.

Схема оценки инновационного потенциала организации при детальном анализе внутренней среды вкратце такова [2]:

- дается описание нормативной модели состояния инновационного потенциала организации, т.е. четко устанавливаются те качественные и количественные требования к состоянию потенциала по всем блокам, которые обеспечивают достижение уже поставленной инновационной цели;
- устанавливается фактическое состояние инновационного потенциала по всем вышеуказанным блокам и их компонентам;
- анализируется рассогласование нормативных и фактических значений параметров потенциала; выделяются сильные (соответствующие нормативу) и слабые (значительно расходящиеся с нормативом) стороны потенциала;
- составляется перечень работ по усилению слабых сторон организации.

Ограничение в сроках, отсутствие специалистов, способных проводить системный анализ, отсутствие информации об организации (особен-

но при анализе инновационного потенциала конкурентов) заставляют использовать диагностические подходы к оценке инновационного потенциала организации. Необходимо заметить, что проведение диагностического анализа требует определенных навыков и информационной базы. В качестве диагностических параметров используется доступная информация, характеризующая различные стороны деятельности компании (например, численность сотрудников, средний уровень заработной платы, производительность труда, себестоимость продукции, качество продукции и услуг и т.д.)

Схема диагностического анализа и оценки инновационного потенциала организации такова

- оценка управляющих воздействий;
- оценка состояния внешней среды;
- ведение каталога диагностических параметров, характеризующих внешние проявления (политические, экономические, социальные, технологические);
- ведение каталога структурных параметров, характеризующих внутреннее состояние организации;
- установление взаимосвязи структурных и диагностических параметров системы;
- наблюдение диагностических параметров и обработка статистических данных;
- оценка структурных параметров;
- определение интегральной оценки потенциала организации.

Через развитие потенциала идет развитие организации и ее подразделений, а также всех элементов производственно-хозяйственной системы. От состояния инновационного потенциала зависит выбор и реализация инновационной стратегии, и поэтому его грамотная оценка очень важна.

Библиографический список

1. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / под ред. д.э.н., проф. Л.Н. Оголевой. М.: ИНФРА-М, 2009.
2. **Фатхутдинов Р.А.** Инновационный менеджмент. М.: Дело, 2007.

*Ржанова А.Р., Хорохорина К.О., студ.;
рук. Голубков В.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

БРЕНД: ЗНАЧЕНИЕ И АКТУАЛЬНОСТЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

На полках любого магазина есть продукты известных брендов-от йогуртов «Danone» до моющих веществ «Tide». Сильные бренды – это великий актив для компании. Люди предпочитают платить деньги за товар с громким именем, тем самым создавая огромный поток доходов для компаний. В некотором смысле бренд-это личность продукта. Компания может копировать продукт, но она не может повторять бренд. Бренд – это раскрученный товарный знак, четко идентифицирующийся в сознании потребителя с качеством продукта, его особенностями.

Однако не всякий товарный знак является брендом. Поэтому сегодня компаниям, стремящимся выйти на рынок и занять на нем прочные позиции, следует использовать принципиально новые средства конкурентной борьбы, позволяющие посмотреть на природу маркетинговых коммуникаций принципиально иначе. Одним из таких средств, которое в последние годы становится все более популярным, является брендинг. Брендинг – это деятельность по созданию долгосрочного предпочтения товара, основанная на совместном усиленном воздействии на потребителя товарного знака, упаковки, рекламных обращений, а также других элементов рекламной деятельности, объединенных определенной идеей и характерным унифицированным оформлением, выделяющих товар среди конкурирующих товаров и создающих его образ. В борьбе различных коммуникационных технологий за возможность эффективной доставки своих сообщений до потребителя, бренд, безусловно, занимает особое место, поскольку является своего рода универсальной коммуникацией.

Создание бренда – творческая работа, требующая глубокого знания рынка, потребителя и конкурентов. Процесс формирования сущности «бренда» тесно связан с содержанием ядра товара, рациональностью его потребительских свойств, и торговой маркой, т. е. с именем, знаками, символами и рисунком, которые в дальнейшем позволят стать продукту узнаваемым для покупателей и конкурентов. Для трансформации торговой марки в бренд необходимо время, в течение которого формируется доверие потребителя, создается умение идентифицировать этот бренд и ощущать психологическое, эмоциональное вознаграждение потребителя от приобретения этого избранного им бренда и его использования.

Формирование бренда включает в себя пять основных этапов. На первом этапе необходимо проанализировать рынок, изучить спрос на данный вид продукции и выделить основных конкурентов. Далее нужно сформировать стратегию бренда, ответив на такие главные вопросы как: кто является целевой аудиторией? Что мы можем пообещать этой аудитории? Как обосновать покупателю это обещание? Какие эмоции должен вызывать бренд у потребителя? На третьем этапе важно создать идею бренда и разработать его содержание. Компания должна сгенерировать такую идею бренда, которая сможет составить конкуренцию уже существующим, зацепив покупателей своей новизной и неординарностью. Создание имени бренда и анализ торговой марки являются следующим не менее важным этапом в формировании бренда. Имя должно вызывать у покупателей определенные ассоциации, отличные от восприятия товаров-конкурентов, и не вводить их в заблуждение. Перед выходом на рынок необходимо провести предварительное тестирование, выявить отношение потребителей к различным вариантам названия марки, дизайну и изображению. На этом заключительном этапе важно определить степень эффективности коммуникаций бренда с целевой аудиторией.

Брендинг – это искусство. Для создания качественного бренда требуется, кроме времени, усилий, и капитала, талант. Еще до вывода новой торговой марки на рынок необходимо заложить в нее массу особенностей, разработать рациональные и эмоциональные выгоды, а главное – нужно понимать возможный ход мыслей потребителя и дать ему нужные аргументы в пользу покупки.

Библиографический список

1. <http://www.bibliotekar.ru>
2. <http://www.marketing.spb.ru>
3. МВА за день. Все, что вы могли бы узнать в элитной бизнес-школе... Если бы только у вас было время! / Стивен Стральзер. – М.: НТ-Пресс, 2007.

*Рубцова А.А., студ.; рук. Иванова О.Е., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ПАРКОВ В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Индустриальный парк (ИП) – управляемый единым оператором (управляющей компанией) комплекс объектов недвижимости, состоящий из земельного участка (земельных участков) с производственными, административными, складскими и иными зданиями (помещениями) и со-

оружениями, обеспеченный энергоносителями, инженерной и транспортной инфраструктурой и административно-правовыми условиями для размещения производств. В мире промышленные парки давно признаны одной из наиболее рентабельных форм организации производства [1].

Ивановская область характеризуется невысоким уровнем инвестиционной привлекательности. Низкий уровень инвестиционного потенциала характерен как для финансовой, производственной, инновационной сфер, так и для потребительской сферы. Это приводит в целом к недостаточному объему и динамике инвестиций и, как следствие, к низкому коэффициенту обновления основных фондов и недостаточным темпам обновления технологического потенциала на современной основе. По данным рейтингового агентства «Эксперт РА», Ивановская область оказалась на 60 месте в 2012 г. среди регионов по уровню инвестиционного потенциала, уровень риска вложений в данном регионе очень высокий (57 место по России) [2].

Для повышения инвестиционной привлекательности Ивановского региона в настоящее время производятся работы по созданию и развитию ИП. В настоящее время в разной степени готовности находятся три ИП – «Родники», «Кинешма» и «Иваново-Вознесенск». Наиболее крупным и перспективным является ИП «Родники».

Данный ИП функционирует при поддержке частного бизнеса и государства. Частный бизнес представлен в этом партнерстве корпорацией «Нордтекс», также происходит софинансирование из федерального и областного бюджетов. Так, общий объем бюджетных инвестиций в проект в течение 2011-2013 гг. составит более 700 млн руб.

В 2011 г. «Родники» успешно прошли добровольную сертификацию Ассоциации индустриальных парков со статусом «Действующий индустриальный парк». Сейчас в парке работают 36 резидентов, в том числе 27 компаний, производственного профиля. Кроме того, там открыто представительство Ивановского государственного фонда поддержки малого предпринимательства, оказывающего помощь бизнесменам, желающим развивать небольшие бизнесы. На территории парка функционируют также предприятия, занимающиеся охранной деятельностью, оказанием маркетинговых, рекламных, проектировочных услуг, услуг по подбору персонала. В общей сложности на разместившихся в индустриальном парке предприятиях уже создано свыше 1 200 новых рабочих мест. Территория ИП постоянно расширяется. В 2013 году правительство выбрало для его расширения три земельных участка общей площадью около 370 гектаров. Вместе с ныне существующими площадками общая площадь территории промышленного парка в соответствии с планировочными решениями составит более 430 гектаров.

Главными особенностями ИП «Родники», определяющими особенности становления данных структур в Ивановской области, являются:

1) ИП определяет темпы экономического развития, развитие инфраструктуры г. Родники. Например, в 2011 году была введена в эксплуатацию станция водоочистки, а в планах на 2013 год значится строительство очистных сооружений. Развитие индустриального парка является важнейшим по значимости событием для местного населения.

2) Строительство ведётся на площадках бывшего текстильного комбината «Нордтекс», при строительстве ИП обнаружилось отсутствие или устаревание необходимой инфраструктуры [3].

3) Парк заполнен всего на 40%, тем самым цели по ликвидации безработицы и привлечению иностранных инвестиций пока не достигнуты [4].

4) ИП «Родники» ориентируется, прежде всего, на отечественные производственные компании, на небольшие предприятия. В основном здесь сосредоточены предприятия легкой промышленности, но есть и другие производства, например по выпуску гофрокартона [5].

5) Ввод прогрессивного закона о налоге на имущество, предусматривающего введение налоговых льгот на имущество [6].

6) Трудности при привлечении заемного финансирования, в том числе и со стороны банковского сектора, а также в выстраивании эффективных взаимоотношений между органами государственной власти и местного самоуправления, между инвесторами-резидентами индустриальных парков и управляющими компаниями.

7) Отсутствие четких критериев, которым должны соответствовать процессы создания и развития ИП, а также которым должны следовать те, кто являются ответственными за данные процессы.

8) Отсутствие квалифицированных кадров [7].

9) Отсутствие единой концепции развития территории. Заявленная специализация индустриального парка «Родники» – высокотехнологичный текстиль для медицинских целей и для охраны здоровья людей. Кроме этого, здесь планировалось развитие таких направлений, как эффективные энергосберегающие технологии и энергетика, химические технологии, технологии для медицины [6]. В настоящее время основными резидентами индустриального парка являются ткацкое производство ООО «Родники-Текстиль», а также паковочное производство ООО «Мультипак-Иваново». В настоящее время действительная спецификация ИП не соответствует заявленной, инновационность и высокотехнологичность не поддерживаются на должном уровне [8].

Предварительный анализ эффективности работы индустриального парка «Родники» показал, что прирост налоговых поступлений в бюджеты всех уровней в 2011 г. составил почти 12 млн руб. То есть в 2011 г.

резидентами парка уплачено налогов в три раза больше, чем в 2010 г. Общий объем инвестиций в создание технопарка – 3,6 млрд руб. Ожидается, что к 2014 г. объем продукции, произведенной резидентами технопарка, составит 7 млрд рублей, будет создано свыше 3000 новых рабочих мест [4].

Перечисленные особенности отражают особенности развития данных структур в целом по стране. Сравнение особенностей развития ИП и технопарков на национальном уровне и на примере Ивановской области представлено в **табл. 1**. Технопарки, в отличие от ИП, характеризуются тесной связью производства с наукой, обязательным внедрением инновационной продукции в производство. Развитие ИП подразумевает переход от предоставления инфраструктуры, площадок к поддержанию тесной связи с наукой.

Таблица 1

Сравнение особенностей развития сферы создания ИП и технопарков на национальном и региональном уровнях

Национальный уровень	Ивановская область
Отсутствие внятной политики широкого развития наукоёмкого предпринимательства в России, а также четкого законодательства в данной сфере	Отсутствие чёткого регламента деятельности на региональном уровне
Недостаток квалифицированных инновационных менеджеров	Перенимание опыта успешных российских и зарубежных ИП, затяжной период построения данных структур
Непонимание управленцами принципиальной сути и назначения научных парков	Отсутствие единой концепции развития территории
Слабая коммуникация системы образования с промышленностью	Сложность использования научных разработок, невозможность на данном этапе перестроения структуры ИП в технопарк
Низкий реальный спрос внутри страны на инновации	Доля высокотехнологичной продукции минимальна, продолжается курс на расширение производства, а не на инновационное развитие
Недостаточный опыт в сфере коммерциализации инновационных проектов	Препятствует развитию ИП и технопарков в области, так как не чётко видна прибыль от реализации проекта. Период окупаемости подобных вложений намного дольше проектов по обычному расширению производства

Стратегия долгосрочного развития как России в целом, так и регионов, предполагает инновационное развитие различных областей экономики. Площадками для реализации данной задачи способны стать ИП и

технопарки. Однако, проблемы, связанные с созданием подобных структур на национальном уровне, влияют на формирование их в регионах, многие проблемы дублируются, только на более низком уровне.

Тем самым, перспективы развития ИП в Ивановской области напрямую будут зависеть от формирования чётких стандартов в данной сфере, формирования более тесных связей науки и производства, от осознания субъектами предпринимательства необходимости инноваций в производстве.

Библиографический список

1. Закон Ивановской области «Об индустриальных парках в Ивановской области» от 14 февраля 2013 г. №3-ОЗ.
2. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России – 2011 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/ratings/regions/2012>.
3. **Вологко В.** Индустриальный парк «Родники»: перспективы развития // Ивановский бизнес-журнал. 2013. № 1-2.
4. Что это Индустриальные парки или склады? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://archive.ivpress.ru/n871/politics/00009051.htm>.
6. Территории роста // Эксперт. 2012. №19.
7. <http://www.tppiivanovo.ru/investment.htm>.
8. Индустриальный парк «Родники»: до 2015 зайдут более 30 новых резидентов // Родниковский рабочий. 2012. № 58.
9. **Новикова К.** Инновационные коробки // АиФ в Иванове. 2012. № 36.

*Сизых Т.А., студ.; рук. Яковлева О.С., ст. преп.
(СВФУ, г. Якутск)*

СОХРАНЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТРАДИЦИОННОГО ХОЗЯЙСТВА КОРЕННЫХ МАЛОЧИСЛЕННЫХ НАРОДОВ СЕВЕРА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ))

Сегодня Арктика представляет собой регион, в котором сосредоточены политические, военно-стратегические, экономические интересы многих государств. Возможность облегченного доступа к природным ресурсам, сосредоточенным в регионе, а также неоднозначный международно-правовой статус Арктики делают регион весьма привлекательным даже для неарктических государств. В настоящее время характеру развития Арктики придается более четко выраженная коммерческая направленность, обусловленная значительным природно-ресурсным потенциалом Севера, возможностью реализации крупных мегапроектов и формированием промышленно-энергетических кластеров.

В связи со сложившейся ситуацией необходимо устойчивое развитие Арктической зоны с помощью применения различных инструментов

по поддержанию сохранения хрупкой экосистемы Арктики, рациональному использованию природных ресурсов, поддержанию жизнедеятельности коренных малочисленных народов Севера.

В моей работе широко освещена последняя проблема из вышеназванных. Несомненно, сохранение и развитие традиционного уклада и быта коренных жителей Арктики является неотъемлемым условием устойчивого развития арктического региона.

Традиционное природопользование коренных народов Севера, проживающих на территории Республики Саха (Якутия), является основой их жизнедеятельности и необходимым компонентом возрождения языка, культуры, обычаев, национальной психологии. Традиционное ведение хозяйства – необходимое условие существования этих народов. [1] В республике наиболее распространенными видами традиционной деятельности коренных малочисленных народов Севера, обусловленные исторически сложившимся укладом жизни, являются оленеводство, охотничий и рыболовный промысел, собирательство дикорастущих растений и природных материалов, национальное декоративно-прикладное искусство. Как правило, мужская часть населения занимается оленеводством и охотопромысловой деятельностью, а женская часть населения – собирательством и изготовлением изделий народных промыслов. Охотопромысловая деятельность носит сезонный характер. Приоритетной организационной формой ведения традиционного хозяйства коренных малочисленных народов Севера является семейная (родовая) община.

Для сохранения и развития традиционных промыслов коренных малочисленных народов Севера была разработана Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года, которая была утверждена президентом РФ 18 сентября 2008 года, где наряду с такими направлениями, как промышленное освоение Арктической зоны, сохранение крупной экосистемы Севера, поставлена задача по поддержке традиционных видов хозяйственной деятельности коренных народов Арктики.

Также на региональном уровне постановлением Правительства РС(Я) в декабре 2007 года была утверждена Концепция устойчивого развития арктических улусов и мест компактного проживания коренных малочисленных народов Севера до 2020 года. Она определила основные принципы и механизмы реализации государственной политики в отношении арктических улусов и мест компактного проживания КМНС республики до 2020 года. В рамках данной Концепции родовым общинам предоставляется помощь в виде предоставления налоговых льгот и преимуществ, а также в виде целевого финансирования региональных и ме-

стных программ сохранения и развития традиционных видов хозяйствования малочисленных народов Севера: [2]

Производится возмещение части затрат:

- на обеспечение условий труда работников оленеводства (заработная плата, табельное снаряжение, спецодежда и т.д.);
- организацию производства;
- получение живого прироста поголовья оленей;
- приобретение кочевых жилищ;
- транспортировку продукции домашнего оленеводства;
- организацию защиты оленей от хищников на оленьих пастбищах;
- поддержку северного оленеводства из федерального бюджета;
- организацию промысла пушнины;
- отстрел диких северных оленей;
- промышленный вылов рыбы;
- вывоз рыбы с труднодоступных промысловых участков до районных центров.

Но остаются нерешенными перманентные социально-экономические проблемы ведения традиционного хозяйства коренными малочисленными народами Севера. Это такие проблемы, как сложное финансовое положение коренных жителей Арктической зоны республики, адаптация к системе рыночных отношений, неконкурентоспособность производимой ими продукции, снижение занятости в традиционном хозяйстве [3]. В качестве решения данных проблем целесообразно реализовать программу по развитию предпринимательства коренных малочисленных народов Республики Саха (Якутия). Необходимо сохранить их исторически сложившийся производственный и бытовой уклад, но при этом с целью адаптации коренных жителей к современным социально-экономическим реалиям отказаться от иждивенческих настроений.

Содействие предпринимательской деятельности и инициативе коренных народов республики имеет социальную значимость, так как развитие частного бизнеса способствует достижению главных целей, а именно созданию новых рабочих мест, сокращению оттока сельского населения в города. Также предпринимательство является важным инструментом для улучшения финансового положения коренных малочисленных народов Севера, их социальной адаптации к процессам глобализации, к стремительно меняющимся реалиям современной рыночной экономики.

Важной составляющей для развития частного сектора в традиционном хозяйствовании коренных жителей Арктики, является создание благоприятных социально-экономических условий, создающих прочную платформу для ведения бизнеса и максимизации прибыли, то есть при-

влечения инвестиций для развития инфраструктуры, а также четко выраженной нормативно-правовой базы для осуществления коммерческой деятельности коренными малочисленными народами Севера.

Возможность реализации крупных мегапроектов и промышленно-энергетических кластеров, основывающихся на добыче минеральных ресурсов на территории Арктической зоны республики, приведет к оттоку населения в города, что негативно скажется на социально-демографических процессах, культурной ассимиляции коренных народов Севера, а также возникновения проблем с безработицей, вызванных неконкурентоспособностью и неприспособленностью к жизни в городских поселениях, что также является причиной морального упадка, потери трудового потенциала малочисленных народов Арктики.

Устойчивое социально-экономическое развитие народов Арктики предполагает мобилизацию внутренних сил и ресурсов национальных домохозяйств и общин, их активной поддержки со стороны государства, промышленных компаний, а также некоммерческих организаций. [4] Для поддержки и развития северного предпринимательства необходимо создание организационных условий для успешного ведения малого бизнеса. Это в первую очередь развитие транспортной инфраструктуры, промышленного освоения, а также сохранения хрупких экологических систем Арктической зоны Республики Саха (Якутия).

Таким образом, комплексное развитие Арктического региона республики заключается не только в освоении сырьевых энергоресурсов, которыми он в значительной мере располагает, но и в сохранении ключевой роли традиционного способа хозяйствования коренных малочисленных народов Севера без изоляции от внешней среды с целью адаптации продукции традиционного производства к современному рынку и с постепенным внедрением малого и среднего предпринимательства в обиход хозяйств, производящих экологически чистую продукцию высокого качества, оказывающего положительное влияние не только на жизнедеятельность человека, но и сохранению уникальных объектов флоры и фауны. Поэтому целесообразно в задачах развития Республики Саха (Якутия) преимущественное значение отдавать Северу, как региону, в котором сосредоточено множество стратегически важных составляющих для успешного развития не только региона, но и страны в целом.

Библиографический список

1. **Захарова К.Н.** Традиционное хозяйство – основа жизнедеятельности коренных малочисленных народов Севера// Вестник Восточно-Сибирской открытой академии.
2. Концепция устойчивого развития арктических улусов и мест компактного проживания коренных малочисленных народов Севера до 2020 года.
3. **Kungl. Skogs.** Future Challenges for Reindeer Herding Societies
4. **Pilyavsky Valery P.** The Arctic. Russian Geopolitical and Economic interests

**Смирнов С.О., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)**

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА НА ЦЕННОСТИ ЧЕЛОВЕКА

*I shop therefore I am...
Барбара Крюгер*

Можно ли в наше время что-нибудь продать без рекламы и маркетинга? А реклама без вранья в природе не встречается. По крайней мере, в наши дни. Говорят, что в древности реклама только информировала о товарах и была правдивой. Возможно, так и было. Но этот вид давно вымер. Та реклама, которую мы можем наблюдать, лжива насквозь. Она врет обо всем – о товаре, его свойствах, его необходимости, его преимуществах... Да что реклама! Теперь есть еще и маркетинг, которого древние не знали (и реклама, кстати, теперь не самостоятельна, она только часть маркетинга). А маркетинг – это ложь по определению, с самого его рождения.

Ведь что такое маркетинг? Маркетинг – это создание Потребителя с большой буквы – готового покупать, покупать и покупать, для которого потребление – это и есть жизнь. Как? Внушить человеку потребности, которых нет. Внушить ему, что удовлетворение потребностей – это главное дело в жизни. Потому что люди должны развивать свою индивидуальность. А их индивидуальность – это то, что они потребляют. Покупаешь одежду Gucci – ты аристократическая и вальяжная индивидуальность. Покупаешь айфон – ты современная и продвинутая индивидуальность. И неважно, что вокруг все потребляют одно и то же: поголовно все имеют (или хотят иметь) айфон и носят что-то (или пахнут чем-то) от Gucci – ты все равно индивидуальность. Более того, появляется даже какое-то социальное измерение у твоего потребления: теперь можно отличать своих от чужих. Есть айфон – наш человек! Нет айфона – чужой. Что? Денег на айфон нет? Так возьми кредит! Потому как приличный человек без айфона не может.

Если «просто» мобильный телефон можно иметь, а можно и не иметь (если не хочешь, чтобы тебя могли «достать» в любой момент), если интернет может быть дома, а может и не быть (если любишь читать книги), то айфона не быть не может. Он нужен как воздух и вода. Может быть, даже больше. Потому что иначе нельзя объяснить, почему о нем непрерывно пишет пресса (не рекламу, нет, а «познавательные» статьи), рассказывает телевидение и радио, почему его так обсуждают в блогах... Гаджеты в XXI веке заменяют собой перья, использовавшиеся индейца-

ми: чем больше у тебя перьев, то есть, простите, гаджетов, и чем эти гаджеты дороже – тем ты круче.

Главная ложь потребительского общества состоит в том, что они – это то, что они потребляют. И что из наблюдения за тем, что человек потребляет, можно сделать вывод о том, каков он.

Правда в том, что совокупность потребленного человека никак не описывает. Если бы не было всепроникающих рекламы и маркетинга и если бы всё было равно доступно для всех – тогда да, выбор человека в потреблении отражал в какой-то степени индивидуальность. Но капитализм построен на неравенстве, поэтому при капитализме это невозможно. Зато возможно другое – в полной мере тотальное навязывание людям представлений о том, что им нужно покупать в данный момент. У потребителей нет выбора – они потребляют то, что им предписано, несмотря ни на что. Лишь 30% товаров удовлетворяют базовые потребности. Все остальные товары удовлетворяют потребности, которых не существует. Например, до тех пор, пока не появились телефоны со встроенными камерами, никто даже не догадывался, зачем это нужно. Массовое сознание, кино, реклама и печатный глянец диктуют, что автомобили (телефоны, яхты, телевизоры) должны соответствовать социальному статусу владельца. Причём их (автомобилей, телефонов, яхт и телевизоров) должно быть много и менять их нужно как можно чаще. Пусть даже вопреки реальному финансовому благополучию – для этого есть кредиты, маркетинг которых – важнейшая составляющая современного общества. И – что очень важно – одновременно навязывается такое представление о мире, в котором безумное, навязанное извне потребление воспринимается, минимум, как норма, а на самом деле – как достижение. И если я купил айфон за две своих зарплаты или машину в кредит, за проценты по которому я буду отдавать всю зарплату, то это не значит, что я сумасшедший, который ради «понтов» заставляет свою семью жить впроголодь, а значит, что продвинутый современный человек, представитель «креативного» или «среднего» класса, почти что «хозяин мира», или, как минимум, двигаюсь в этом направлении. А если айфон покупают 100 млн человек и даже стоят за ним в очереди – это не значит, что люди буквально зомбированы назойливой рекламой, а значит, что айфон – лучший телефон всех времен и народов и необходим каждому как воздух.

К середине прошлого века в странах Запада потребление заменило уже и философию, и религию. Эта система дала человеку цели в жизни (повышение «уровня жизни» – то есть уровня потребления) и объяснила, как этого достичь (строить экономически эффективную карьеру). Главная претензия к такого рода системе не в том, что она приводит неэффективному использованию ограниченных ресурсов, навязывает потребность в

вещах, в которых нет необходимости, искажает информацию о товаре для повышения его привлекательности... Главная же (на мой взгляд) проблема маркетинга – он убивает Человека с большой буквы и ему на смену готовит Потребителя с большой буквы. Потребитель просто не способен создавать новое. А без новых подходов и идей нельзя ничего ни модернизировать, ни индустриализировать. Ни выйти из кризиса. И г-н Фурсенко, вошедший в историю с уже бессмертной фразой о том, что недостатком советской системы образования была попытка формировать человека-творца, а сейчас задача заключается в том, чтобы взрастить квалифицированного потребителя, способного квалифицированно пользоваться результатами творчества других, не просто высказывает ошибочную и некомпетентную точку зрения. Такие подходы обрекают нашу страну и фактически лишают нас будущего.

Библиографический список

1. В действительности всё не так, как на самом деле / Ю. Крижанская, А. Сверчков // Суть времени. 2012. №13.
1. Требуется творцы / М. Восканян // Однако. 2010. №34(98)
2. Маркетинг как искусство манипуляции / В. Зотин. М., 2010.

*Соколова Я.С., студ.; рук. Голубева Л.В, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНАЯ РАБОТА?

Очень часто в рекламных роликах нам рассказывают историю успешных людей, которые «строят» сами свою карьеру. Чаще всего, заказчиками подобной рекламы являются компании, основой функционирования которых является сетевой маркетинг. Но вот парадокс, люди, которые хотят работать в подобной системе, стать успешными и улучшить свое материальное положение, порой очень заблуждаются в своих догадках о том, что же действительно такое сетевой маркетинг, какие опасности и сложности он в себе несет. Поэтому большинство людей не доверяют, боятся и всячески обходят стороной такого рода карьеру.

Данная тема крайне актуальна в современном обществе, ведь очень многие крупные компании используют, а система так и остается непонятой и опровергнутой простыми обывателями.

Что же такое сетевой маркетинг с научной точки зрения?

Сетевой маркетинг (или многоуровневый маркетинг; англ. *multilevel marketing, MLM*) – концепция реализации товаров и услуг, основанная на создании сети независимых дистрибьюторов (сбытовых агентов), каждый из которых, помимо сбыта продукции, также обладает правом на привле-

чение партнёров, имеющих аналогичные права. При этом доход каждого участника сети состоит из комиссионных за реализацию продукции и дополнительных вознаграждений (бонусов), зависящих от объёма продаж, совершённых привлечёнными ими сбытовыми агентами. Сетевой маркетинг (mlm) – это партнерство. С одной стороны выступает MLM-компания-организатор (порой это производитель, но, как правило? посредник), с другой стороны – частное лицо.

В чем особенности работы в сетевом маркетинге? У кого есть шанс успешно трудиться в MLM-компаниях? Попробуем разобраться в данных вопросах. Занимаясь сетевым маркетингом, вы обязаны приобрести для себя тот товар или ту услугу, которые впоследствии станете предлагать другим. Считается, что если вы не пользуетесь соответствующей продукцией сами, то не сумеете о ней качественно рассказать людям.

Если вы хотите зарабатывать много денег в данной области, вам необходимо строить свою сеть. Помогает вам в этом спонсор — человек, который пригласил вас в компанию и уговорил вас приобрести товар. Спонсор может давать вам полезные советы и подсказки на первых порах, поскольку он заинтересован в росте вашей сети: она принесет ему доход. Но поддерживать вас спонсор вправе только тогда, когда вы сами проявляете активность и ищите новых «пчелок». Пассивные дистрибьюторы никому не нужны! Чтобы ваша сеть функционировала, она должна состоять из пятидесяти активных дистрибьюторов, которые обязаны строить собственные сети. Ваш заработок будет складываться из прибыли с ваших личных продаж и процента от прибыли ваших дистрибьюторов.

В маркетинг-плане существуют ступени, из которых состоит ваша карьерная лестница в данной компании. Они обычно различаются размером процентов, которые вы получаете, названиями и предоставляемыми льготами.

У кого есть шансы добиться успеха в сетевом маркетинге? Конечно, у людей активных, коммуникабельных, умеющих организовать свою деятельность и любящих деньги. У многих претендентов после посещения презентации складывается мнение, что достаточно войти в этот бизнес и деньги потекут рекой. Но работа здесь довольно напряженная. Вы должны убедить десятки незнакомых или малознакомых людей купить ваш товар, вступить в вашу сеть, поддерживать ее работу, вдохновлять своих дистрибьюторов, помогать им.

Чтобы выбрать подходящую компанию, ответьте для себя на несколько вопросов [1]:

- Оцените, нравится ли вам товар или услуга, который предлагает данная компания. Если нет, вам нелегко будет продавать ее продукцию.

- Какие ощущения вызывают у вас цены на товар, доступны ли они вам и вашим знакомым или это для вас бешеные деньги?
- Устраивает ли вас маркетинг-план компании? Сможете ли вы выполнять план продаж?
- Как компания относится к своим дистрибьюторам? Помогает ли она им, разрешает ли возвращать нереализованный товар?
- Какие отношения существуют между сотрудниками компании?

Почему в России сетевой маркетинг люди воспринимают неоднозначно, почему он работает здесь не так успешно, как на Западе? Как правило, у нас сюда чаще приходят безработные, домохозяйки, пенсионеры, т. е. люди, не имеющие постоянной работы. Данная категория соискателей не обладает необходимым для успеха в MLM набором качеств. Но, наслушавшись восторженных рассказов, смельчаки решают заняться новым делом. Покупают товар на свои скромные средства, подписывают контракт. А дела идут плохо. Работа дистрибьютора на первых порах требует расходов (реклама, внешний вид и т. д.), а доходов не приносит. Граждане чувствуют себя обманутыми [2].

Сетевой маркетинг похож на финансовую пирамиду только тем, что пирамида маскируется под компанию сетевого маркетинга. Отличить сетевой маркетинг от финансовой пирамиды просто: если нет товара, или если товар не соответствует своим характеристикам: цена, качество, ликвидность, то это финансовая пирамида. Примеры компаний основанных на сетевом маркетинге: Amway, Intway, Коралловый клуб, Tupperware, Edelstar, AVON, Oriflamme, Mary Kay, Faberlic, «Си Эль парфюм», FM Group, CieAura, Мир книги и т.д.

Заработать деньги в товарном сетевом маркетинге вполне реально, если вы понимаете правила игры и обладаете нужными качествами. Если вы решили, что этот бизнес для вас, дерзайте. И помните, что только вы отвечаете за собственные решения. Лучше сначала сочетать сетевой маркетинг с обычной работой, а потом, когда дела пойдут хорошо, стать законченным сетевиком. Изучите специальную литературу, обдумайте свое решение и если вы уверены в собственных силах и возможностях, то, что ж, все в ваших руках!

Библиографический список:

1. **Гольцов А.В.** Перспективы использования многоуровневого сетевого маркетинга // Маркетинг. 2006. № 2.
2. <http://www.mlmcclass.ru>

*Спорышева А.В., Оранова А.В., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИНТЕРНЕТ КАК КАНАЛ МАРКЕТИНГА

Интернет-маркетинг образовался в начале 1990-х годов. Сейчас Интернет-маркетинг – это не только продажа информационных продуктов, но еще и торговля информационным пространством, программными продуктами, бизнес-моделями и многими другими товарами и услугами. Использование термина «интернет-маркетинг» подразумевает использование самых важных стратегий маркетинга прямого отклика. В основном они используются при прямых почтовых рассылках, радио и в телевизионных рекламных роликах и применяются в бизнес пространстве Интернета.

Интернет-маркетинг (англ. internet marketing) — это практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса: цена, продукт, место продаж и продвижение. Главная цель выражена в получение максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта.

Интернет-маркетинг состоит из следующих элементов:

1) Товар (Product) — продукт, который продаётся с помощью Интернета. Он должен иметь достойное качество и конкурировать с разнообразными сайтами и традиционными магазинами.

2) Цена (Price) — принято считать, что цена в Интернете ниже, чем в обычном магазине за счет экономии на издержках.

3) Продвижение (Promotion) — комплекс задач по продвижению как самого сайта, так и товара в целом в сети, который включает в себя огромный набор инструментов. В него входит: поисковое продвижение, контекстная реклама, баннерная реклама, e-mail маркетинг, аффилиативный маркетинг, вирусный маркетинг, скрытый маркетинг, интерактивная реклама, работа с блогами и т. д.

4) Место продаж (Place) — точка продаж, то есть сайт, в котором огромную роль играет графический дизайн.

Интернет-маркетинг – это составляющая электронной коммерции. Его также называют online-маркетингом. В него входят: Интернет-интеграция, информационный менеджмент, PR, служба работы с покупателями и продажи. Большую популярность в связи с расширением доступа к Интернету получили электронная коммерция и Интернет-маркетинг, которые являются неотъемлемой частью любой нормальной маркетинговой компании. Сегмент интернет-маркетинга и рекламы все больше рас-

тёт в потребительском секторе, об этом свидетельствует появление с каждым днем все новых интернет-магазинов.

Как и у любого товара или продукта существуют свои преимущества и недостатки. Преимущества Интернет-маркетинга:

1) Интерактивность, возможность максимально точного таргетинга¹, возможность постклик-анализа², который ведет к максимальному повышению таких показателей как конверсия сайта и ROI интернет-рекламы. Интернет-маркетинг включает в себя такие элементы системы как: контекстная реклама, SEO, продвижение сайта.

2) С помощью Интернет-маркетинга потребитель может получить информацию о товарах. Любой потребитель может, используя интернет, получить информацию о товаре и купить его. Не найдя необходимую ему информацию о товаре, потребитель возможно захочет приобрести другой товар у конкурента [1].

3) Следует отметить, что применение методов интернет-маркетинга нацелено на экономию средств, а также на расширение деятельности компаний (переход с локального рынка на национальный и международный рынок).

4) Вход на рынок через Интернет является мало затратным. Необходимо отметить, что в отличие от традиционных маркетинговых методов продвижения, интернет-маркетинг дает чёткую статистическую картину эффективности маркетинговой кампании.

Недостатки Интернет-маркетинга:

1) Ограничения

- Ограничения в интернет-маркетинге создают проблемы, как для компаний, так и для потребителей. Это в основном зависит медленного интернет-соединения, которое приводит к затруднению в использовании в рекламе анимированных роликов, презентационных фильмов и высококачественной графики.

- Интернет-маркетинг не дает возможность потребителю опробовать товар до того, как осуществить покупку. Но большинство потребителей решают эту проблему просто. Они знакомятся с интересующим их товаром в обычном магазине, а покупку делают в интернет-магазине [2].

- Ещё один тормозящий фактор связан с ограниченностью платёжных методов, которым доверяют потребители.

2) Проблема безопасности

¹ Таргетинг (англ. target — цель) — рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей

² Постклик-анализ — анализ эффективности рекламных кампаний

- Многие потребители боятся делать покупки в Интернете, так как нет доверия к тому, что их персональная информация останется конфиденциальной. Не мало случаи, когда компании, которые занимались онлайн-бизнесом, были пойманы на разглашении конфиденциальной информации, касающейся их клиентской базы. Продавая информацию о своих клиентах, такие компании нарушают не только свою задекларированную политику, но и законы сразу нескольких государств [3].

- Некоторые компании скупают информацию о потребителях, потом предлагают потребителю за деньги убрать эту информацию из базы данных. Многие потребители не знают, что их приватная информация разглашается, и не могут предотвратить обмен этой информацией между недобросовестными компаниями.

В сравнении с другими видами медиамаркетинга (печатными, радио и телевидением), интернет-маркетинг растет очень быстро. Он набирает популярность не только в бизнесе, но и у обычных пользователей, которые хотят продвинуть свой эффективный веб-сайт или блог и заработать на нем. Несомненно, Интернет-маркетинг оказал огромное влияние на ряд деловых сфер, включая музыкальную индустрию, банковское дело, рынок портативных электронных устройств (мобильные телефоны, плееры и т. д.), так называемый «блошинный рынок» и главное — на рекламу.

Библиографический список

1. **Байков В.Д.** Интернет: поиск информации и продвижение сайтов. СПб.: БХВ-Санкт-Петербург, 2000.
2. **Вебер Л.** Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Твиттер Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
3. **Голик В.С.** Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе. М.: Дикта, 2008.

*Суворова Д.А., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ

Термин «вирусный маркетинг» появился в США. Впервые его употребил в 1996 году Джеффри Рэйпорт в статье The Virus of marketing. В наши дни популярность вирусного маркетинга значительно возросла: скоростные интернет-каналы позволяют пользователям легко обмениваться видеоклипами, фотографиями и музыкальными файлами. Распространению вирусного маркетинга так же способствует и растущая популярность всевозможных онлайн-сообществ, блог-хостингов, социальных сетей и так далее.

Существует много определений вирусного маркетинга. Выделим наиболее распространённые:

1. Вирусный маркетинг — это стратегия, при использовании которой товар, услуга или их реклама влияют на человека таким образом, что он «заражается» идеей распространения определенного контента и сам становится активным ретранслятором.

2. Вирусный маркетинг и вирусная реклама—это маркетинговая техника, которая использует социальные сети для того, чтобы повышать осведомленность о бренде и стимулировать продажи.

3. Вирусный маркетинг — это распространение информации с использованием маркетинговой коммуникации «из уст в уста», технология управления слухами, элемент партизанского маркетинга, может также называться маркетингом по рекомендациям или «сарафанным радио».

Вирусный маркетинг может выступать:

- как прием скрытой рекламы, представляющий собой заранее спланированный спектакль, с целью предложения товара ничего не подозревающему потребителю;
- как побочный эффект, полученный в результате применения каких-либо маркетинговых инструментов: прямой почтовой рассылки, проведения специальных мероприятий и акций и т. п.

Секрет вирусного маркетинга заключается в том, что он использует привычку людей делиться информацией. Когда человек получает смешное видео, красивую музыку, необычную фотографию, он в первую очередь спешит поделиться этим с друзьями, и таким образом полученный файл очень быстро распространяется в Сети [1].

Проводники вирусного маркетинга:

- трэндсеттеры (от англ. to set trend — «устанавливать / вводить тенденцию») — специально обученные и наемные агенты («партизаны»), которыми могут быть как профессиональные актеры, так и обычные граждане;
- люди с высокой покупательской способностью или предрасположенностью к приобретению тех или иных товаров; часто ими выступают постоянные покупатели, например, держатели дисконтных карт.

Существует множество видов вирусного контента: фото, видео, игры, тесты и аудиофайлы. Отличным примером вируса является поисковая система Google. Вирусными считаются смешные видеоролики продолжительностью не более пяти минут, они напоминают рекламное видео. Вирусными текстами, как правило, являются статьи, анекдоты, книги, песни. Главное, чтобы это было интересно широкому кругу людей. Существуют 3 вида вирусного маркетинга:

1) Incentivised viral

Использование этого вида вирусного маркетинга подразумевает определенную награду за действие со стороны целевой аудитории. К Incentivised viral относится схема «Приведи друга и получи...»

2) Undercover

В большинстве случаев не самый дешевый вариант вирусного маркетинга, но не менее действенный. Главное – создать бурный ажиотаж вокруг проекта, чтобы аудитория заинтересовалась и ждала его появления (открытия).

3) Buzz

Главное — привлечение внимания. Яркий пример данного вида вирусного маркетинга — флешмоб, т.е. заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей (моберы) внезапно появляется в общественном месте, в течение нескольких минут они с серьезным видом выполняют заранее оговоренные действия абсурдного содержания (сценарий) и затем одновременно быстро расходятся в разные стороны как ни в чем не бывало [2].

У вирусного маркетинга существуют свои достоинства и недостатки, которые нужно учитывать при работе с ним. Плюсы: минимальные затраты на рекламу, информация передается как бы «из доверительного» источника. У человека нет ощущения, что его обманывают. Минусы: Сложность организации контроля, сильное искажение информации, чтобы вызвать заинтересованность к сообщению, нужно сделать так чтобы оно было оригинальным.

Ключ к созданию целенаправленной, успешной стратегии вирусного маркетинга — найти связующие звенья в цепи. Единственный недостаток этой технологии состоит в том, что для привлечения внимания публики к новому бренду чаще всего требуется чрезвычайно много времени.

Библиографический список

1. Козлов Д.В. Вирусный маркетинг: формат имеет значение // Интернет-маркетинг. 2008. № 4.
2. Кудымова А.Я. Вирусный маркетинг // Маркетинговые коммуникации. 2009. №6.

*Татакин А.В., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доцент
(ИГЭУ, г. Иваново)*

МЕТОД КЕЙСОВ И ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ В АТОМНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

XXI век предъявляет новые требования к менеджерам и специалистам. В условиях постоянно изменяющейся конъюнктуры рынка и усили-

вающейся конкуренции исключительную важность приобретает управление таким неосязаемым и невозполнимым ресурсом, как время, а также возможность принять рациональное решение в различных ситуациях, проявить инициативу и творческий подход к поставленным задачам. С этой целью для «выращивания» менеджеров высокого уровня в ГК «Росатом» получили широкое распространение метод кейсов и тайм-менеджмент.

Умение эффективно организовывать время на любом уровне – личном, командном, корпоративном, – становится одной из ключевых компетенций современного профессионала.

Тайм-менеджмент как дисциплина, рассматривающая личную эффективность и техники самоорганизации менеджеров и специалистов, становится важным элементом инновационных образовательных проектов.

Ряд крупнейших российских корпораций, включая «Росатом», испытывая острую нужду в управленцах и осознавая, что только сознательное стратегически-ориентированное взаимодействие с системой высшего образования способно обеспечить их квалифицированными сотрудниками на долгие годы вперед, планирует и осуществляет инновационные проекты в области образования.

Так, компанией «Базовый Элемент» создан Центр подготовки специалистов для ядерной энергетики, задачей которого является координация усилий различных образовательных структур в области подготовки специалистов для одной из самых многообещающих и перспективных, в свете общего энергетического кризиса и повышения цен на нефть, отраслей. Осуществляемая Центром программа «Атом» объединяет ряд кафедр и ВУЗов страны, имеющих отношение к ядерной энергетике.

Кроме программы «Атом» Центром был разработан проект «Гуманитарный модуль». В основе проекта лежит предположение о том, что в современной корпоративной практике классическое высшее техническое образование, обеспечив специалиста необходимыми профессиональными знаниями, не всегда дает ему более «общечеловеческие» навыки, такие как навыки управления людьми, публичных выступлений, планирования своей работы, и т.д. Между тем, такого рода навыки являются крайне важными для успешной работы специалиста, и в особенности – менеджера.

Концепция проекта «Гуманитарный модуль» состоит в том, чтобы дополнить профессиональную подготовку студентов рядом курсов, позволяющих грамотно «социализировать» результаты профессиональной деятельности, выстраивать личную и командную работу по средствам решения кейсов.

При изучении менеджмента, в том числе управления персоналом, знакомство с большим диапазоном концепций, теорий, систем взглядов и методов - это только начало. Более важно умение применять эти методы к сложным и запутанным ситуациям, которые составляют природу менеджмента. Успех их применения зависит от понимания контекста применения и способности распутать сложную ситуацию. Кейсы, которые представляют собой организационные ситуации, предоставляют такой контекст и, как правило, определенный уровень сложности. Чтобы подобрать «правильное лечение», необходимо поставить «правильный диагноз». Этот процесс постановки диагноза, безусловно, является решающим, но в реальной жизни ему часто уделяется недостаточное внимание [1, с. 61]. Никогда не бывает «правильных ответов» на организационные проблемы, но через кейсы есть возможность лучше понять природу проблемы и избежать «очевидного», но совершенно неправильного решения [3, с. 42].

Гуманитарный модуль для образовательной программы «Атом» основан на двух базовых темах [2, с.84]:

- Управление временем (самоменеджмент, тайм-менеджмент) как базовая технология самоорганизации;
- Командное решение проблем, имитация возможных непредвиденных ситуаций, навыки продаж, как базовая технология социализации, эффективного взаимодействия с социальной средой.

Задачи гуманитарного модуля состоят в следующем [2, с.127]:

- Предложить инструменты и общие подходы выработки личной жизненной стратегии, задать мировоззренческие и методические основы формирования самостоятельной, саморазвивающейся личности;
- Дать будущим управленцам базовые знания и навыки по практическим управленческим дисциплинам, необходимые для эффективной работы в современной бизнес-среде;
- Выработать навыки "социализации" технических результатов, донесения их до окружающих людей и организаций; навыки взаимодействия с социальной средой, "продажи" результатов деятельности заинтересованным контрагентам.

Библиографический список

1. **Спивак В.А.** Кейсы и методы их решения. М.: Дрофа, 2005.
2. **Архангельский Г.А.** Тайм-менеджмент в проекте подготовки специалистов для ядерной энергетики. М.: Дело, 2008.
3. Ситуационный анализ или анатомия кейс-метода / под ред. Ю.П. Сурмина. Киев: Центр инноваций и развития, 2002.

*Чернов О.В., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИННОВАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

По определению Всемирной торговой организации, туризм признан мировой индустрией номер один. В ней занято более 200 млн. человек. Полмиллиарда туристов тратят в поездках более одной трети триллиона долларов, что составляет примерно 5-10% годовых потребительских расходов. Нововведение, в том числе и в международном туризме, представляется комплексным процессом создания, распространения и использования нового практического средства (новшества) для новой (или для лучшего удовлетворения уже известной) общественной потребности. Одновременно это есть процесс сопряженных с данным новшеством изменений в социальной и вещественной среде. Главным фактором экономического роста становятся инновации, а не инвестиции.

Деятельность туристической организации достаточно разнообразна, поэтому необходимо выделение ключевых пространств, внутри которых устанавливаются, по мере необходимости, цели инноваций. Такие пространства дают значительные ориентиры действий. Фундаментом для формирования портфеля инноваций является аналитическая работа по изучению состояния и тенденций развития туристического рынка в целом и активности его участников в частности.

Конечной целью инновационной политики является активация инновационной деятельности в российском туризме. Человеческий ресурс является основой нововведений, гарантом реализуемой в туризме инновационной политики. Инновационная активность туристической организации зависит от развития инновационного предпринимательства, преодоления сопротивления нововведениям. Рынок конкретного нововведения обычно относительно немногочисленный, на нем отсутствуют прямые конкуренты, он малоэластичен. Функции и цели инновационного управления в туризме – это планирование, организация, мотивация, контроль, регулирование и координация.

При анализе состояния внешней среды особое внимание следует обращать на факторы, которые непосредственно влияют на внедрение инноваций. Кроме факторов внешней среды, сдерживающих инновационные процессы в развитии туристского бизнеса, многое зависит от внутренней среды. Компания должна воздействовать на внешние условия, а не адаптироваться к ним.

При разработке нового или усовершенствованного туристского продукта часто применяется SWOT, STEP и ЕТОМ -анализы, которые позволяют наметить планы инноваций.

Одним из примеров целенаправленной инновационной деятельности может служить появление туроператоров, то есть фирм, которые не занимаются продажей своих туров на рынке индивидуальным клиентам, а сотрудничают с розничными компаниями. То есть они зарабатывают, создавая новые возможности для развития бизнеса своих региональных партнеров и даже конкурентов.

Отказавшись от практики уполномоченных агентств туроператоры открывают за пределами Москвы собственные представительства, которые обеспечивают информационную и рекламную поддержку местных агентств, консультируют их по всем вопросам продаж, организуют обучающие программы, упрощают взаиморасчеты и обмен документами между компанией и ее партнерами.

Механизм реализации нововведений зависит от вида инноваций. Например, при таком нововведении в туристской фирме, как система бронирования, необходимо наличие команды (программисты, специалисты по обслуживанию системы бронирования), объединенной под единым началом. На выбор той или иной системы бронирования, а также на качество пользования, безусловно, влияет ее доступность, т.е. локализация, присутствие филиалов на национальном рынке или в регионе. Механизм реализации нововведений для фирм - разработчиков технологий предполагает наличие программы выхода инноваций на рынок, т. е. их оформление в патентной форме и получение лицензии.

Для туристских фирм-пользователей экономический эффект может выражаться в следующих показателях: росте объема продаж; расширении географии туристского продукта; снижении расходов на рекламу и продвижении собственного туристского продукта; повышении его качества благодаря использованию международных стандартов; сокращении времени обслуживания и оформления документов.

Для анализа эффективности внедрения инноваций в туристской фирме используются как общие методы оценки эффективности инновационных проектов, так и специфические критерии туристского бизнеса. Развитие инновационной деятельности способствует повышению экономической эффективности.

Библиографический список

1. **Новиков В.С.** Инновации в туризме. М., 2009.
2. **Кабушкин Н.И.** Менеджмент туризма. М., 2010.

*Четверикова А.Ф., студ.; рук. Битеряков Ю.Ф., к.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЭНЕРГОСЕРВИСНЫЙ КОНТРАКТ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ РФ

Современное состояние российской экономики характеризуется высокой энергоёмкостью. По данным Международного энергетического агентства, энергоёмкость ВВП России в 11 раз выше, чем в Германии, в 6 раз выше, чем в Канаде, в 4 раза больше, чем в Польше [1]. От результатов решения этой проблемы зависит место России в ряду развитых в экономическом отношении стран и уровень жизни граждан. Таким образом, государственная политика повышения энергоэффективности – остро своевременная, комплексная макроэкономическая задача. Ее реализация требует придания социально-экономическому развитию инновационной направленности, а также активного участия частного капитала в финансировании проектов, направленных на снижение энергопотребления.

Инновационным механизмом, позволяющим сделать инвестиции в энергоэффективность рентабельными для всех участников рынка, выступают на сегодняшний день для РФ энергосервисные контракты.

Федеральный закон РФ № 261-ФЗ (статья 19) дает определение энергосервисного договора (контракта) как контракта, предметом которого является осуществление исполнителем действий, направленных на энергосбережение и повышение энергетической эффективности использования энергетических ресурсов заказчиком [2].

Данный договор предполагает выполнение ЭСКО полного комплекса работ по внедрению энергосберегающих технологий на предприятии заказчика за счет привлеченных ЭСКО кредитных средств. Оплата за привлеченные финансовые ресурсы и выполненные ЭСКО работы, как правило, производится заказчиком после внедрения проекта за счет средств, сэкономленных в результате внедрения энергосберегающих технологий и решений. В среднем энергосервисные контракты заключаются на срок от 6 месяцев до 5 лет. Максимальный срок ограничен возможностями российских банков кредитовать ЭСКО на длительные сроки.

В мировой практике существует два основных вида энергосервисных контрактов:

1) Энергосервисные контракты с распределяемой экономией.

В данных контрактах ЭСКО финансирует проект, привлекая деньги третьих лиц, в т.ч. банковские кредиты. В этой схеме клиент не принимает на себя никаких финансовых обязательств, кроме обязательства платить ЭСКО определенный процент от реальной экономии ресурсов в течение определенного периода времени. Ввиду того, что ЭСКО является

сервисной компанией, то у нее очень мало активов, которые она может предложить в качестве обеспечения своих заимствований. В дополнение к этому, ЭСКО берет на себя риск достижения проектом запланированных результатов и кредитный риск своего клиента. Будучи коммерческим предприятием, ЭСКО перекладывает более высокие затраты на проценты по привлеченным займам на своих клиентов. Именно, по этим причинам модель контракта с распределяемой экономией стала постепенно утрачивать свою привлекательность.

2) Энергосервисные контракты с гарантированной экономией.

В данном случае клиент финансирует проект за счет собственных средств, а ЭСКО гарантирует, что экономия энергии в проекте достигнет величины, позволяющей оплачивать проценты по кредиту, привлеченному для реализации проекта (так определяется минимальный гарантированный уровень сбережений в проекте). Клиент берет на себя обязательство по возврату средств, привлеченных для финансирования проекта у третьей стороны – банка или лизинговой компании. Если средств от экономии энергии становится недостаточно для оплаты процентов по привлеченному кредиту, ЭСКО оплачивает недостающую сумму. Если экономия энергии превышает гарантированную величину, то вся дополнительная экономия обычно распределяется между клиентом и ЭСКО.

Из рассмотренных двух основных моделей формирования договорных отношений между участниками проектов энергосбережения в России применимы обе. Однако сейчас и в ближайшем будущем более вероятным представляется распространение ЭСКт с распределяемой экономией ввиду очевидного желания потенциальных клиентов снизить свои риски при реализации энергосервисных проектов. По мере развития рынка, разработки методик оценки энергосервисных проектов и методов снижения рисков появится стремление удешевить их реализацию за счет снижения стоимости привлеченного финансирования. Достичь этого позволит схема контрактов с гарантированной экономией.

Важным вопросом при реализации ЭСКт является выбор механизма финансирования проекта. Наибольшее распространение в мировой практике получили три формы финансового взаимодействия между заказчиком и ЭСКО, представленные на **рис. 1**.



Рис. 1. Механизмы финансирования энергосберегающих мероприятий с использованием энергосервисных контрактов

1) Энергосервисный контракт заключается только между заказчиком и ЭСКО, кредитная организация не участвует в этой сделке.

2) Заключается трехсторонний кредитный договор, по которому заемщиком является ЭСКО; указывается целевое назначение кредита – реализация энергоэффективного проекта на объекте заказчика.

3) По условиям энергосервисного контракта и кредитного договора заказчик обязан открыть расчетный счет в кредитной организации, которая финансирует реализацию энергоэффективного проекта, и все расчеты за потребляемые энергоресурсы заказчик вправе производить только с этого расчетного счета.

Применение первой схемы в РФ на современном этапе практически невозможно, так как у российских ЭСКО нет достаточных средств для проведения всего комплекса энергосберегающих мероприятий. В большинстве случаев, если заказчик – частная компания, применяется вторая схема.

В настоящее время в РФ складываются благоприятные предпосылки для развития энергосервисного бизнеса [3]:

- 1) требования законодательства о снижении расходов на ТЭР;
- 2) более 500 000 объектов, подлежащих обязательному энергетическому обследованию;
- 3) потенциальный денежный поток от внедрения энергосберегающих мероприятий более 500 млрд. руб. в год;
- 4) ряд неоспоримых преимуществ для заказчика (повышение прибыльности и конкурентоспособности продукции заказчика; заказчику не требуется отвлекать собственные человеческие и финансовые ресурсы; ЭСКО может обеспечить техническую подго-

товку операционного персонала, а также финансирование проекта).

Тем не менее, несмотря на все преимущества данного инвестиционного инструмента, можно сказать, что на сегодняшний день рынок энергосервисных услуг в России находится на начальном этапе развития. К сожалению, в РФ имеется лишь немного компаний, организованных по принципу ЭСКО (большинство концентрируется в Москве и Московской области). Для данных компаний пока не представляется возможным предоставить на рынок разработанные «под ключ» предложения сбережений энергии. Ключевыми факторами, сдерживающими развитие энергосервисного бизнеса в России, являются:

- 1) непроработанность нормативной базы в части схем возврата средств, затраченных ЭСКО на энергосберегающие мероприятия;
- 2) отсутствие общепринятой методологии определения полученного эффекта;
- 3) политизированная схема формирования тарифов, которая создает дополнительную неуверенность инвесторов, особенно при финансировании долгосрочных ЭСКТ;
- 4) негибкость бюджетного законодательства, а также неготовность руководителей бюджетных учреждений и курирующих их органов работать по нестандартным схемам;
- 5) неосведомленность бизнеса о возможной выгоде от экономии энергоресурсов, боязнь возможных «подводных камней» ЭСКТ.

Устранение названных препятствий поможет в обозримом будущем сформировать полноценный рынок энергосервисных контрактов, обеспечивающий энергосбережение во всех отраслях российской экономики. При профессиональной подготовке проекта и бизнеса риски приемлемы и ими можно управлять, а потенциальные преимущества энергосервисных услуг и для потребителей, и для энергосервисных компаний в наивысшей степени привлекательны и достижимы. Таким образом, энергосервисные контракты являются одним из главных механизмов повышения энергоэффективности в России.

Библиографический список

1. Прогноз мировой энергетики 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iea.org/russian/about.html>.
2. Федеральный закон «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 23.11.2009 №261-ФЗ.
3. **Семикашев В.В.**, Мартынов А.С., Колпаков А.Ю. Финансирование энергоэффективности. Консолидированный обзор [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://solex-un.ru>

*Шапина О.С., Громова Ю.Н., студ.; рук. Голубков В.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЭМОЦИИ В МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Эмоции (от лат. «motere» – «двигать») оказывают сильное влияние на мотивацию персонала. Эмоции движут людьми, порой более эффективно, чем факты, поскольку являются производными от интересов человека. Эмоции являются ключевым фактором принятия решений в ситуациях, затрагивающих интересы, цели, оценки, принципы и ценности людей.

Квалифицированные специалисты интересуются компаниями, где есть возможность быть причастным к большому, интересному делу, удовлетворить свои важные нематериальные потребности, например: уважение коллег, признание профессиональных заслуг, комфорт личного общения, значимость мнения. Таких работников трудно мотивировать только зарплатой, и выбор компании для них, в конечном счёте, находится в значительной степени в эмоциональной сфере.

Создание и поддержание позитивного мотивационного климата является одним из факторов результативности организационной деятельности и критериев профессионализма менеджмента наряду с эффективностью, экономической результативностью, качеством, продуктивностью, инновациями и прибыльностью. Так, исследования в американских компаниях выявили прямую связь между климатом и различиями в производительности труда персонала.

Мотивационный климат – это социально-психологическая атмосфера в организации, которая стимулирует персонал (отдельных работников и группы) к активной деятельности, направленной на достижение организационных целей. Данная атмосфера во многом определяется настроениями и отношениями работников.

В контексте создания и совершенствования мотивационного климата в организации интегральное значение приобретает эмоциональный интеллект менеджеров, который определяет высокую чувствительность к среде и способность оказывать влияние на окружающих людей. Эмоциональный интеллект позволяет менеджеру на высоком уровне управлять процессом выполнения задания и поддержания отношений с подчиненными

Эмоциональная реакция персонала может быть положительная, отрицательная и нейтральная, в зависимости от того, насколько требования среды соответствуют или не соответствуют их личностным интересам, целям, оценкам. Положительные эмоции и стойкие положительные настроения работников будут обеспечены в том случае, если организацион-

ная среда и требования менеджмента будут соответствовать интересам различных категорий персонала, способствовать повышению их самооценки, укреплять отношения доверия, взаимопонимания и уважения.

Принято различать позитивную и негативную мотивацию.

Позитивная мотивация имеет следующие разновидности:

1. Вера в возможности и силы другого человека, его потенциал. Это своеобразный кредит, потому что вера, как правило, не основана на чём-то рациональном, а только на впечатлении и субъективном ощущении, что этот человек перспективен. Так иногда и говорят: «Я чувствую (вижу), из него выйдет толк». Эмоции: воодушевление, искренняя радость, восхищение от любых успехов, искренняя благодарность.

2. Энтузиазм и соревнование. «Я сделаю это, мы сделаем это!». Данная эмоциональная мотивация требует хорошей энергетики, эмоционального подъёма, уверенности в полезности и необходимости своего дела. Ощущение причастности к чему-то большому и важному. Присутствует мотив самоутверждения: «Я смогу! Мы сможем!». Ощущение: «Я нужен команде! Только проявляя каждый себя, мы вместе достигнем успеха». Эмоции: уверенная целеустремлённость, высокий эмоциональный тонус и энергетика, энтузиазм.

3. Ответственность за людей и проекты. Это очень сильная мотивация. Ответственность подразумевает определенные права. Чем больше ответственность, тем больше прав, справедлива и обратная зависимость. Эмоции: важность, уверенность, сосредоточенность, спокойное превосходство.

4. Мотивация, основанная на организованности и привычке работать. Здесь ничего не нужно особенно создавать, необходимо только использовать сложившуюся привычку добросовестно работать и умение организовывать себя. Если у человека есть такие качества, то их нужно отметить, подчеркнуть. Эмоции: доверие, искренняя благодарность, ощущение значимости.

5. Вознаграждение успехом, признанием, счастьем. Это признанные и устоявшиеся в обществе ценности. Однако к признанию и счастью ведут не все пути, но если человек открыл для себя ту дорогу, которая приведёт его к процветанию (или ему помогли её найти), то он будет работать мощно, усердно, целенаправленно. Эмоции: уверенность, энтузиазм, высокая энергетика, спокойствие.

Разновидности негативной мотивации:

1. Страх потерять имеющееся. Например, положение, стабильность, уверенность в завтрашнем дне, перспективы роста, и т.п. «Что имеем, не храним, потерявши плачем». Часто, человек просто привыкает к существующему достатку, не задумываясь о том, что всё можно потерять. По-

этому, иногда, сама мысли об утрате чего-либо ценного может служить мотивацией к энергичной работе. Эмоции: опасливая настороженность, огорчение, сожаление.

2. На желании кому-то что-то доказать. Многим хочется быть не просто хорошим, а обязательно лучше других. Но то, что ты достойнее, нужно доказать, одних утверждений недостаточно – «факты в студию». Поэтому их нужно добыть, заработать, сделать, это будет всем доказательством, что я лучше, «круче». Эмоции: ирония, сарказм, удивление, возмущение.

3. На желании «сделать» окружающих. Похоже на предыдущую мотивацию, но тут не главное доказать, что ты лучше, а главное, чтобы другие были хуже. Иногда для этого нужно начать хоть что-то делать, чтобы понимать, - а они это не умеют! Эмоции: хорошая энергетика, сожаление, интерес, недовольство.

4. На чувстве вины. Часто, люди, субъективно ощущающие себя виноватыми, стараются свою вину «загладить», исправить положение. Конструкция этой негативной мотивации обычно следующая: «ты виноват, а это значит...» далее идёт список дел, которые смогут оправдать провинившегося. В этой негативной мотивации есть недостатки, так, например, вместо желания исправить положение, может появиться протест, сопротивление. Эмоции: разочарование, сожаление, недовольство, интерес.

Мир бизнеса стремительно меняется. Меняется и рынок труда. Возможность развития любой компании заключается в способности найти и удержать у себя квалифицированных специалистов, талантливых работников. Материальные стимулы играют значимую роль. Но всё большую роль начинают играть эмоциональные факторы. И чем дальше, тем больше их роль будет возрастать. Не учитывать это в работе с персоналом будет, по меньшей мере, неразумно. Только комплексная система мотивации с обязательным учётом эмоциональной составляющей позволит добиться от сотрудников полной самоотдачи на работе, максимальной эффективности и продуктивности.

Библиографический список

1. <http://www.ldst.ru/leadership/motivatsionnyy-klimat>
2. <http://www.nlplife.ru>
3. **Изард К.** Эмоции человека. Пер. с англ. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1980.

*Шеин Ю.С., студ.; рук. Голубева Л.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВКЛЮЧЕНИЯ ГАЗОВЫХ ТУРБИН НА АЭС

Инновационный менеджмент – относительно новое направление менеджмента. Это понятие стало широко употребляться с тех пор, как наука, технологии, инновации превратились в развитых странах в ключевой фактор экономических стратегий и конкуренции на рынках.

Основными свойствами (критериями) инновации являются:

- научно-техническая новизна;
- практическая воплощенность (промышленная применимость), т.е. использование, например, в промышленности, сельском хозяйстве, здравоохранении, образовании или других областях деятельности.

В результате инновационной деятельности рождаются новые идеи, новые и усовершенствованные продукты, новые или усовершенствованные технологические процессы, появляются новые формы организации и управления различными сферами экономики и ее структурами.

Примером инновационного менеджмента является исследовательская работа – разработка принципиальных схем включения газовых турбин, определение экономичности и стоимости внедрения предложенных технических решений, бор технологического оборудования. Современные газотурбинные установки экономичны, маневренны, достаточно компактны. Их недостатком является высокая температура выхлопных газов, которая составляет 600-700 °С. Имеющийся положительный опыт совмещения газового и парового цикла на ТЭС показывает обоснованность таких разработок. Нами рассматривалось применение газотурбинной установки в составе тепловой схемы ПТУ К-1000-5,9/50 энергоблока с ВВЭР-1000. Рассматривались варианты с использованием теплоты уходящих газов газовой турбины для организации промежуточного перегрева пара в газопаровом перегревателе, а также вариант с замещением регенеративных подогревателей высокого давления газоводяным теплообменником. При этом температуры промперегрева и питательной воды сохраняются на проектном уровне: 250 и 212 °С соответственно. Анализ показал, что для условий турбоустановки К-1000-5,9/50 наиболее подходят газотурбинные установки AnsaldoV94.2 GT26 (производитель фирма Alstom) и MitsubishiM701F4.

Ниже приведены некоторые результаты расчетов тепловой схемы парогазового блока К-1000-5,9/50 + ГТУ.

Характеристики ядерного парогазового блока.

1. Режим отключения ПВД по греющему пару. Газовая турбина Mitsubishi M701F4.

При отключении всех ПВД и замене их газодводящим подогревателем электрическая мощность паровой турбины повышается до ~ 1099 МВт. Суммарная электрическая мощность блока :

$$N_{\Sigma} = N_{ПТ} + N_{ГТ} = 1099 + 330,9 = 1429,9 \text{ МВт (зима);}$$

$$N_{\Sigma} = N_{ПТ} + N_{ГТ} = 1099 + 304,4 = 1403,4 \text{ МВт (лето).}$$

КПД по выработке электроэнергии:

$$\eta_{\Sigma} = \frac{N_{\Sigma}}{Q_{\Sigma}} = \frac{N_{ПТ} + N_{ГТ}}{Q_{ЯР} + Q_{ГТ}} = \frac{1429,9}{3000 + 819,5} = 0,3744 \text{ (зима);}$$

$$\eta_{\Sigma} = \frac{N_{\Sigma}}{Q_{\Sigma}} = \frac{1403,4}{3000 + 774,6} = 0,3718 \text{ (лето).}$$

2. Режим парогазового перегрева. Газовая турбина Ansaldo V94.2K. При отключении паро-парового перегревателя и замене его на газопаровой электрическая мощность ПТУ увеличивается до 1089 МВт. Суммарная электрическая мощность блока:

$$N_{\Sigma} = N_{ПТ} + N_{ГТ} = 1089 + 192,2 = 1281,2 \text{ МВт (зима);}$$

$$N_{\Sigma} = N_{ПТ} + N_{ГТ} = 1089 + 186,1 = 1275,1 \text{ МВт (лето).}$$

КПД по выработке электроэнергии:

$$\eta_{\Sigma} = \frac{N_{\Sigma}}{Q_{\Sigma}} = \frac{N_{ПТ} + N_{ГТ}}{Q_{ЯР} + Q_{ГТ}} = \frac{1281,2}{3000 + 521,3} = 0,3638 \text{ (зима);}$$

$$\eta_{\Sigma} = \frac{N_{\Sigma}}{Q_{\Sigma}} = \frac{1275,1}{3000 + 509,8} = 0,3633 \text{ (лето).}$$

В конденсационном режиме электрическая мощность энергоблока АЭС составляет 1012,5 МВт, что соответствует значению КПД турбоустановки по выработке э/э 33,75 %. Современные высокотемпературные газовые турбины имеют значительный эксплуатационный ресурс (около 200 тыс. часов), что позволит им отработать полный нормативный срок эксплуатации (30 лет) без замены. Капитальный ремонт производится по техническому состоянию (обычно через 70 тыс. часов или 8 лет). Поскольку топливом является природный газ, затраты в топливное хозяйство относительно невелики. Учитывая компактность и малую металлоемкость ГТУ, их применение совместно ядерным энергоблоком представляется весьма привлекательным. Включение в работу газовой турбины параллельно с паровой будет способствовать не только получению дополнительной мощности на АЭС, но и увеличению тепловой экономичности всего энергоблока.

Возможны следующие способы использования теплоты уходящих газов на АЭС:

- установка парогазовых теплообменников для организации начального и промежуточного перегрева пара основного цикла.
- отключение подогревателей высокого давления в часы пиковых нагрузок и нагрев питательной воды в газодводяных подогревателях.

Организация дополнительного газового цикла на АЭС может быть реализована как на действующих энергоблоках путём проведения реконструкции тепловой схемы 2-го контура, так и на строящихся станциях.

Библиографический список

1. **Фатхутдинов Р.А.** Инновационный менеджмент. 6-е изд., испр. и доп. СПб.: Питер, 2008.
2. **Анисимов Ю.П.,** Шипилов Ю.А., Ткаченко И.А. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. Воронеж: ВВИ, 1997.
3. Тепловые и атомные электрические станции: справочник / под. общ. ред. В.А. Григорьева, В.М. Зорина. 2-е изд., перераб. М.: Энергоатомиздат, 1989.
4. **Ильченко А.Г.** Расчёт тепловых схем АЭС с турбоустановками, работающими на насыщенном паре: методические указания по дипломному проектированию. Иваново, 1982.
5. Каталог газотурбинного оборудования, 2008, 2009.

*Шибнева Е.В., студ.; рук. Голубков В.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

СПЕЦИФИКА МОТИВАЦИИ НАУЧНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

В настоящее время научно-исследовательская деятельность студентов является неотъемлемой частью при подготовке высококвалифицированных специалистов. Занятие наукой способствует формированию у молодых людей способности к саморазвитию, росту трудовой активности. Научная деятельность развивает умение защищать свою точку зрения. Однако стоит заметить, что мотивация самих студентов к научной работе, в отличие от других видов деятельности, имеет свою специфику, и для вовлечения в науку все большего числа молодых и перспективных людей её необходимо учитывать.

Обычно специалисты при рассмотрении данной проблемы выделяют две группы мотивов научной деятельности: внутренние и внешние. Внутренние мотивы исходят из потребности в познании и развитии, и по отношению к научной деятельности они являются первичными. Внешние мотивы формируются уже под влиянием внешней среды, они нехарактерны для творчества и являются вторичными по отношению к нему [1].

Под внутренними мотивами научно-исследовательской деятельности обычно подразумеваются различные виды познавательной активно-

сти студента. Также внутренним побуждением является удовольствие, стремление к интеллектуальному успеху, удовлетворению, получаемому от самого процесса работы. Внешние мотивы научной деятельности студентов находят свое отражение в потребности в признании, в самореализации, в приобретении определенного статуса, положения, расширения круга общения и др. В эту группу также можно отнести стремление к повышению своего статуса и к признанию его среди других студентов. Стоит заметить, что в научной, как и в любой другой деятельности, деление мотивов на внутренние и внешние достаточно условно, т.к. по самому определению мотива, он является внутренним, исходит от самой личности, а внешнее воздействие на человека выступает уже как стимул [2].

Ученые также делят все основные мотивы по своей специфике на три группы. К первой можно отнести познавательные мотивы, т.е. стремление личности к получению нового знания, к открытиям. Во вторую группу входят, так называемые, социальные установки, вопросы, желания. В данном случае научная деятельность воспринимается студентами как подготовка к трудовой и общественной деятельности. В третью группу включают профессионально-ценностные мотивы. Благодаря этой группе научная работа воспринимается как подготовка к своей будущей производственной и научной деятельности после окончания вуза. В общей совокупности мотивов научной работы студентов именно последняя группа имеет наибольшее влияние [3].

Немаловажную роль у студентов занимает помимо морального материальное стимулирование. Оно положительно сказывается на развитии научной деятельности студентов, приводит к повышению результативности работы. Материальное стимулирование может проявляться в виде денежных премий, грантов, надбавок к стипендиям, а также в виде ценных и памятных подарков [4].

Не смотря на то, что студентами движет большое число самых различных мотивов, проведенные учеными исследования выявили наиболее значимые из них. Среди самых важных, оказывающих наибольшее влияние в научно-исследовательской деятельности студентов, оказались следующие мотивы: возможность расширить и углубить свои знания, интерес разрабатываемой научной проблемы, развитие интеллектуальных и творческих способностей личности, а также помощь в овладении специальностью. Меньшее значение имеют мотивы, связанные с возможностью поступления в аспирантуру, совершения открытия, а также возможностью сделать себе карьеру. Самыми незначительными оказались мотивы, ориентированные на возможность подзаработать или получить какие-либо льготы на экзаменах [5].

Не смотря на множество факторов, положительно мотивирующих к научной работе, студентам также приходится сталкиваться с проблема-

ми, препятствующими занятию наукой. Большое влияние здесь оказывает отсутствие материального поощрения, социальных льгот, возможности прохождение стажировки за рубежом. Также негативно сказывается отсутствие возможности публиковать свои студенческие научные работы, недостаток моральных стимулов (благодарностей, грамот). Многие студенты хотели бы иметь возможность внедрения своих разработок в производство, что зачастую бывает затруднено [5].

В целях активного привлечения студентов к научной работе часто используется комплекс стимулов. Исходя из всего вышесказанного, можно прийти к выводу, что наиболее популярными и действенными среди них являются: представление лучших студенческих работ на конкурсы и выставки различного уровня, награждение за достигнутые успехи путем вручения грамот, дипломов, ценных подарков, предоставление надбавок к стипендиям. В некоторых учебных заведениях практикуются рекомендации для стажировки в ведущих компаниях в России и за рубежом, рекомендации для обучения в аспирантуре. Если студент обучается на контрактной основе, ему предоставляется возможность перевода на бюджетное обучение (при наличии свободных мест).

Безусловно, специфику мотивации научной работы студентов необходимо изучать. Только в этом случае есть возможность привлечения в науку большего числа талантливых молодых людей. Формирование профессиональной самостоятельности среди молодежи, способности к творческому решению практических задач является одной из целей участия студентов в научно-исследовательской деятельности.

Библиографический список

1. **Аллахвердян А.Г.**, Машков Г.Ю., Юревич А.В., Ярошевский М.Г. Психология науки: учебное пособие. М.: Московский психолого-социальный институт, 1998.
2. **Виханский О.С.**, Наумов А.И. Менеджмент: учебник. 3-е изд. М.: Гадарика, 1998.
3. **Дьяченко М.И.**, Кандыбович Л.А. Психология высшей школы. Минск: изд-во БГУ им. В.И. Ленина, 1978.
4. **Балашов В.В.**, Лагунов Г.В., Малюгина И.В., Масленников В.В. и др. Организация научно-исследовательской деятельности студентов в вузах России. М.: ГУУ, 2002.
4. **Миронов В.А.**, Майкова Э.Ю. Социальные аспекты активизации научно-исследовательской деятельности студентов вузов: монография. Тверь: ТГТУ, 2004.

*Шишова А.С., студ.; рук. Клочкова Н.В., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ: МИФ И РЕАЛЬНОСТЬ

Налоговое планирование является важной составляющей процесса финансового планирования, основной задачей которой является предварительный расчет вариантов сумм прямых и косвенных налогов, налогов с оборота по результатам общей деятельности по отношению к конкретной сделке или проекту (группе сделок) в зависимости от различных правовых форм ее реализации [1].

Налоговое планирование состоит из четырех взаимосвязанных этапов единого цикла (**рис. 1**) [2].



Рис. 1. Этапы налогового планирования

Налоговое планирование, как и любая деятельность, носящая управленческий характер, призвано выполнять оперативные функции, функции контроля и собственно функции планирования, отсюда налоговое планирование можно изобразить в виде трехуровневой системы, включающей оперативный, тактический и стратегический элементы (**рис. 2**), в зависимости от которых трансформируется объективная сторона процесса налогового планирования, видоизменяются мероприятия по планированию налогов [3].



Рис. 2. Структура налогового планирования

В практике работы консультантов часто встречаются случаи, когда необходимо провести работы по составлению сбалансированных налоговых отчислений, в первую очередь связанное с существующими негласными нормативами сумм платежей в бюджет по разным налогам, которые могут быть взаимно зачтены. При резком изменении или значительном и постоянно несоответствии указанным параметрам можно подвергнуться внеплановой налоговой проверке контролирующих органов, которая может затормозить текущую деятельность организации или сделать ее практически невозможной.

Стремление организаций к максимизации прибыли в современных условиях часто сопровождается существенными нарушениями действующего в государстве законодательства о правилах ведения бухгалтерского учета и аудита [4]. Недаром летом 2002 г. весь мир потрясли последствия обнаруженных значительных искажений финансовой и бухгалтерской отчетности международной телекоммуникационной компании *WorldCom*, что отразилось на биржах, курсе доллара и внесло нестабильность в финансовые рынки. Если рыночная экономика не терпит убыточных предприятий и, имея убытки, даже на Западе при развитой системе аудита компании идут на искажение отчетности, то в российской экономике по инерции сохраняется значительное количество убыточных предприятий. За первые 6 месяцев 2002 г. по сравнению с 2001 г. доля убы-

точных предприятий выросла на 8% и составила 46,7%. Но с 2006 доля убыточных предприятий постепенно начала уменьшаться. Доля убыточных организаций в РФ в январе-ноябре 2012 года сократилась на 2,8 процентного пункта по сравнению с аналогичным периодом 2011 года и составила 26,3%. Налоговое планирование имеет специфику в зависимости от целей, стоящих перед хозяйствующим субъектом. Оптимизация налогообложения хозяйствующего субъекта в теории должна вести к увеличению размера чистой прибыли и отвечать интересам как акционеров, так и менеджеров и наемных работников.

Налоговое планирование достаточно сложно поддается ясному и формализованному описанию из-за того, что налоговая схема работы каждой организации и финансовая схема каждой сделки во многом уникальна и практические советы даются так же в каждой конкретной ситуации.

Эффективность налогового планирования всегда следует соотносить с затратами на его проведение. Следует также соотносить цели налогового планирования со стратегическими (коммерческими) приоритетами организации.

Целью налогового планирования является оптимизация налоговых платежей, минимизация налоговых потерь по конкретному налогу или по совокупности налогов, повышение объема оборотных средств, увеличение реальных возможностей для дальнейшего развития организации, повышение уровня эффективности ее работы [5].

Однако следует отметить, что не всегда граница между налоговым планированием и уклонением от уплаты налогов бывает так ясна и очевидна. В этом и скрывается одна из опасностей, подстерегающих налогоплательщиков, которые используют методы налогового планирования для снижения налоговых платежей самостоятельно, не имея должного опыта и квалификации в этой области [6].

Во-первых, при выборе способа минимизации налогового бремени не в полной мере учитывается тот факт, что законными должны быть не только формальная сторона операции и ее документальное (договорное) оформление, но и ее содержание, мотивы, цели и т.д. Часто действия налогоплательщика, которые он относит к методам налогового планирования, квалифицируются именно как уклонение от уплаты налогов.

Во-вторых, часто наибольший экономический эффект дают методы налогового планирования, основанные на наличии пробелов в законодательстве, которые налогоплательщики пытаются использовать при исчислении того или иного налога. При этом такой подход к налоговому планированию основывается даже на законодательной базе.

Так, в соответствии с п. 7 ст. 3 НК РФ все неустранимые сомнения, противоречия и неясности актов законодательства о налогах и сборах

толкуются в пользу налогоплательщика (плательщика сборов). Однако, как показывает практика, налоговые органы обычно занимают противоположную позицию и заполняют такие пробелы в законодательстве различными ведомственными документами. При этом такие разъяснения, конкретизирующие или даже дополняющие отдельные положения нормативных актов, выпускаются через весьма продолжительное время после вступления в силу новых законодательных норм, но распространяются на период времени с момента вступления в силу самих законодательных актов.

Говоря об опасностях, подстерегающих налогоплательщиков при планировании налоговых платежей, следует отметить, что стремление к их минимизации может привести к существенному снижению уровня правовой защищенности налогоплательщика как субъекта предпринимательской деятельности в его отношениях с контрагентами и/или работниками. В частности, использование тех или иных форм гражданско-правовых договоров, дающих налогоплательщику максимальные налоговые выгоды, может привести к потере им ряда гарантий в области частного права, например, лишить его права в законном порядке приостанавливать определенные отношения с контрагентами, взыскивать убытки или каким-то иным способом защищать свои права и т.д.

Безусловно, любое налоговое планирование связано с определенными предпринимательскими рисками, степень которых зависит от качества и нормативной обоснованности налогового планирования [7]. Налоговые органы не поощряют действия налогоплательщиков, преследующие снижение налоговой нагрузки, даже если такие действия формально не противоречат законодательству. С точки зрения интересов государства - это вполне понятно, поскольку цель государственного бюджета состоит в максимальном увеличении налоговых поступлений.

Библиографический список

1. **Павленко Н.** Налоговое планирование и роль юридической службы в этом процессе. М., 1999.
2. Налоговое планирование. Business Toolkits [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gaar.ru.
3. Налоговая политика ведущих западных государств в системе экономического регулирования // Законодательство и экономика. 1996. № 17/18.
4. Оптимизация налогообложения хозяйствующих субъектов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.libsid.ru>
5. Налоговое планирование и эффективность управленческих решений [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rosbuh.senseagency.ru/?page=article&item=1503>
6. **Овчинникова Н.О.** Налоговое планирование и налоговый контроль со стороны правоохранительных органов. – М.: Научная Книга, 2012.
7. Планирование налогов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pnalog.ru>

*Шмелева Н.А., Зайцева А.С., студ.; рук. Голубков В.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ

Под *эффективностью менеджмента* понимается его качество, обеспечивающее организации достижение намеченных целей. Количественно эффективность менеджмента определяется как отношение результата к необходимым для этого затратам [1].

Центральным понятием эффективности является *критерий эффективности (показатель успешности) менеджмента*, который представляет собой количественные показатели (числа), характеризующие его результативность и экономичность [1].

В обобщенном виде критериями результативности деятельности организации являются:

1. *действенность* – степень достижения целей организации;
2. *экономичность* – соотношение необходимого и фактического расхода ресурсов;
3. *качество* – соответствие характеристик продукции (услуг) стандартам и требованиям потребителей;
4. *прибыльность* – соотношения между доходами и суммарными издержками;
5. *продуктивность* – соотношение объема продукции (услуг) за определенный период в натуральных, стоимостных и других показателях и затрат ресурсов, соответствующих данному объему продукции;
6. *качество трудовой жизни* – условия труда работников;
7. *инновационная активность* – внедрение новшеств в различных функциональных областях деятельности организации [4].

Каждому варианту системы управления соответствует определенное значение критерия эффективности и задача управления – найти такой вариант управления, при котором соответствующий критерий принимает наиболее выгодное значение.

Т. Питерс и Р. Уотермен провели исследования «образцовых компаний», которые на протяжении 20 лет показывали высокую эффективность основной деятельности [5]. Все образцовые компании обладали рядом сходных признаков, которые обеспечили данную эффективность. *Авторы выделили следующие признаки эффективного менеджмента.*

Максимальное внимание потребителям. Нужды потребителей определяют всю деятельность предприятия, а персонал, непосредственно контактирующий с потребителями, – важнейшая категория работников.

Человек – главный ресурс организации. Компании рассматривают каждого работника как источник идей, а не просто как пару рабочих рук.

Управление персоналом строится с учетом психологических особенностей, присущих большинству людей.

Ориентация на действие. Не отрицая важность стратегического планирования, маркетинговых исследований и других научных методов, компании непрерывно экспериментируют, внедряют новые продукты, новые технологии, новые процедуры и т.д. Экспериментирование действует как форма эффективного приобретения новых знаний, которое оказывается менее дорогостоящим и более полезным, чем многие другие методы.

Развитие самостоятельности и предприимчивости. Образцовые компании отличают децентрализация управления, развитие самостоятельности, предприимчивости. Предприимчивость, атмосфера поиска создается поддержкой энтузиастов, развитием всех форм деловых контактов между сотрудниками, коллегиальностью управления.

Ориентация на общефирменные ценности. Во многих компаниях повсеместно употребляются истории, лозунги и легенды, связанные с этапами развития организации, а также деятельностью ее видных руководителей и специалистов, которые оказываются очень важными, выражая общие укоренившиеся ценности организации, т.е. ее культуру. Чем сильнее культура организации и чем в большей степени она ориентирована на рынок, тем меньше нужны директивные наставления, организационные схемы, подробные процедуры и правила.

Верность своему делу. Некоторая степень диверсификации становится основой устойчивости организации. Но неразборчивая диверсификация – наименее успешная стратегия.

Простота и скромность. Руководство компаний, нацеленное на постоянное совершенствование, не допускают никаких излишеств, роскоши, стремятся к максимальной рациональности.

Сильные лидеры. Ценности и методы менеджмента, превращающие организации в образцовые, устанавливаются и развиваются под влиянием сильных, харизматических лидеров [5].

Повышение эффективности управления является необходимой составляющей успешной деятельности любого предприятия. В настоящее время существует множество способов повышения эффективности менеджмента, каждый из которых направлен или на самого руководителя, его личные и профессиональные качества, или на какой-либо элемент управленческой деятельности. *Рассмотрим наиболее общие пути повышения эффективности управления.*

1. Совершенствование структуры управления организацией, максимальное ее упрощение, децентрализация большинства функций, определение полномочий руководителей с учетом квалификации и личных качеств.

2. Выработка стратегии развития организации на основе анализа ее сильных и слабых сторон с учетом возможностей и угроз со стороны внешнего окружения, разработка философии и политики организации, охватывающей все ее функциональные области.

3. Разработка информационной системы организации, обеспечивающей эффективную коммуникационную связь между сотрудниками и подразделениями.

4. Разработка системы принятия решений, правил и процедур управления, системы стимулирования.

5. Необходимая для эффективной профессиональной деятельности работника сумма навыков накапливается с помощью системы постоянного повышения квалификации работников на основе обучения, переподготовки, развития инициативы, творчества.

6. Разработка системы подбора, обучения, оценки и перемещения руководящих кадров, планирование карьеры руководителей, применение стиля руководства, адекватного внутренним и внешним факторам, воздействующим на организацию.

7. Применение наиболее эффективных методов подбора персонала, его оценки, формирование работоспособного, совместимого состава работников, создание максимально благоприятного социально-психологического климата.

8. Упорная работа по созданию культуры организации, выработке совместных ценностей, признаваемых и одобряемых сотрудниками [2].

Работа над повышением эффективности менеджмента является непрерывным процессом, она может начинаться с любого элемента, того, совершенствование которого является для организации наиболее актуальным. Важно лишь иметь в виду взаимосвязь элементов друг с другом.

Библиографический список

1. **Абчук В.А.** Менеджмент: Учебник. СПб.: Союз, 2002.
2. **Демина Ю.В.** Эффективность менеджмента и пути ее повышения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2011/08/1710>.
3. **Кузнецова В.А.,** Магомедалиева О.В. Социально-психологические аспекты менеджмента: учебное пособие. Орел: Орел ГТУ, 2008.
4. **Мескон М.Х.,** Альбер М., Хедоури Ф. Основы менеджмента; пер. с англ. М.: Дело, 2004.
5. **Питерс Т.,** Уотермен Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний). М.: Прогресс, 2006.

СЕКЦИЯ 32 ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Председатель – зав. кафедрой экономики и организации
предприятия, д.э.н., проф. В.И. КОЛИБАБА
Секретарь – к.э.н., доц. Л.И. ХАДЕЕВА*

*Вдович Е.П., студ.; рук. Хадеева Л.И., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОРГАНИЗАЦИЯ РЫНКА МОЩНОСТИ ЗА РУБЕЖОМ

В настоящее время в различных экспертных сообществах и организациях проходит много дискуссий по вопросам реорганизации оптового рынка электроэнергии и мощности России. Одной из популярных идей по изменению модели рынка является отказ от долгосрочного рынка мощности и переход к одноставочному ценообразованию на основе опыта европейских рынков и США (Nord Pool, AESO и др.).

Целью любого рынка мощности является обеспечение необходимого уровня надежности в энергосистеме. Обеспечить достижение этой цели можно путем решения следующих задач:

- готовность электростанций к выработке в периоды, когда они не загружены системным оператором;
- запрет на вывод из эксплуатации генерирующих объектов в таком количестве, которое может повлиять на надежность энергосистемы;
- рынок должен привлекать проекты строительства новых и реконструкции существующих электростанций.

В соответствии с тем, как обеспечивается надежность энергосистемы, все существующие в мире рынки можно разделить на пять групп [1]. Ниже представлена краткая характеристика каждого из них.

1. Рынок без оборота мощности (Nord Pool, NEM, ERCOT и др.).

На данных рынках потребители не оплачивают готовность генерирующих объектов, а поставщики не получают платежей за мощность. Ввиду цикличности спроса на электроэнергию цена варьируется в различные периоды времени. Неконтролируемые ценовые пики несут в себе риски злоупотребления монопольным положением производителей, поэтому вводится ограничение цен (price cap). Рынки без оборота мощности

имеют относительно простую конструкцию, но в то же время обладают существенными недостатками:

- рынок не гарантирует наличие генерации в объеме, достаточном для покрытия спроса;
- риск установления регулятором слишком высокой или низкой величины ограничений цен, что приведет к излишней ценовой нагрузке на потребителей либо недостатку установленной мощности;
- у регулятора возникают сложности с мониторингом злоупотребления монопольным положением.

2. Рынок с регулируемыми платежами за мощность (Аргентина, Чили, Перу, Испания и др.).

Рынок, где поставщикам оплачивается электрическая мощность по административно определенному государством тарифу. В обмен на оплату мощности поставщики обязуются поддерживать оборудование в состоянии готовности к выработке электроэнергии, а за нарушение данных обязательств на владельцев электростанций налагаются штрафы. В связи с тем, что поставщики получают возмещение постоянных затрат (или их части) в составе платежей за мощность, ценовой потолок на подобных рынках устанавливается ниже, чем на рынках без оборота мощности, соответственно снижаются колебания цен на электроэнергию. Среди преимуществ данной модели можно выделить:

- наличие удобного механизма, позволяющего регулятору в «ручном» режиме регулировать объем электрической мощности, доступной на рынке;
- снижение волатильности рынка электроэнергии, установление более низкого ценового порога;
- возможность снижения объема платежей, необходимых для поддержания надежности, в случае адресации платежей за мощность только «новым» электростанциям.

3. Двусторонний рынок мощности (SPP, CAISO).

Стороной, на которую возлагается обеспечение необходимого уровня резервов мощности, в данной модели являются распределительные сетевые компании. Формально, рынка мощности при этом не существует. Системный оператор энергосистемы устанавливает требуемый коэффициент резервирования, и каждая сетевая компания должна обеспечить себе наличие прав на мощность в объеме, достаточном для создания установленного резерва. Таким образом, фактически возникает рынок мощности, состоящий из двусторонних контрактов между его участниками. Конструкция двустороннего рынка мощности имеет следующие плюсы:

- в явном виде заданы требования по величине необходимой мощности для участников рынка, что позволяет обеспечить необходимый уровень надежности энергосистемы;
- для сетевой организации создается стимул по снижению пика потребления, поскольку это снизит величину ее обязательств по наличию мощности;
- поскольку участниками рынка мощности являются распределительные сети, общий объем платежей за мощность не является большим, что позволяет избежать публичного обсуждения вопроса излишней ценовой нагрузки на потребителей.

4. Краткосрочный централизованный рынок мощности (MISO, NYISO, SWIS). Региональные сетевые организации должны приобрести права на мощность в объеме, необходимом для содержания резерва, норма которого устанавливается системным оператором. При этом у сетевой организации появляется дополнительный механизм приобретения мощности – участие в централизованных торгах. По сравнению с двусторонними рынками, у данной модели можно выделить следующие преимущества:

- за счет наличия стандартизированного контракта на мощность снижаются транзакционные издержки участников рынка;
- потребители получают стимул сглаживать графики потребления с целью сокращения платежей за мощность.

5. Долгосрочный централизованный рынок мощности (PJM, ISO-NE, Бразилия).

Долгосрочный рынок мощности позволяет системному оператору заблаговременно обеспечить необходимый объем резервов мощности, а инвесторам в строительство генерации – принимать решения в условиях большей прозрачности и определенности. Проекты строительства новых мощностей на долгосрочных аукционах могут напрямую конкурировать с существующей генерацией, что повышает конкуренцию на рынке.

В то же время, рынок становится зависимым от прогноза спроса на мощность, определяемого системным оператором на несколько лет вперед. В случае завышенных ожиданий по росту энергопотребления потребителям придется оплачивать больший объем мощности. Кроме того, форвардные обязательства увеличивают риски неисполнения генераторами своих обязательств.

Опыт организации рынков электроэнергии в других странах позволяет сделать несколько выводов, применимых и для России.

Во-первых, «чистые» рынки электроэнергии применяются только в некоторых развитых странах, и в то же время многие из них предусматривают резервные «ручные» механизмы покупки мощности. На всех

рынках, сталкивающихся с ростом энергопотребления и угрозой дефицита генерации, в том или ином виде внедрен рынок мощности. Таким образом, если существует угроза недостатка мощности, рынок мощности необходим.

Во-вторых, рынок без оборота мощности не позволяет снизить цену, которую потребитель платит за надежность энергоснабжения: одинаковый уровень резервов будет достигнут при одном уровне выручки генерации. В одном случае потребитель оплатит надежность в составе пиковой цены на электроэнергию, в другом – в виде явных платежей за мощность. Регулирование рынка также не становится проще: хотя у регулятора отсутствует необходимость определять спрос и цену на мощность, ему необходимо корректно определить потолок цены на рынке за сутки вперед и распознавать случаи манипулирования ею.

В-третьих, оптимального способа организации рынка мощности на текущий момент не существует. Двусторонний рынок мощности снижает прозрачность рынка и затрудняет положение небольших участников, централизованные торги содержат риски манипулирования и вызывают сопротивление со стороны покупателей. Краткосрочный рынок решает задачу сохранения на рынке существующей генерации, но не создает достаточных стимулов для привлечения инвесторов в строительство новых мощностей. Долгосрочный рынок мощности в значительной мере зависит от точности прогнозов роста электропотребления, а также требует от участников соответствующего горизонта планирования.

Использование той или иной модели рынка в конкретной стране связано с проблемами, задачами и особенностями региональной энергосистемы.

Библиографический список

1. **Cramton P.**, Ockenfels A. Economics and Design of Capacity Markets for the Power Sector. May 2011.
2. **Gaw S.** Legal Framework for Electricity Capacity Markets. March 2006.
3. www.bigpowernews.ru

*Губа К.А., асп.; рук. Китушин В.Г., д.т.н., проф.,
Дюбанов Г.Н., к.т.н., доц.
(НГТУ, г. Новосибирск)*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

В реалиях современного мира, в эпоху глобализации и массового производства, всё большую долю затрат в итоговой стоимости продукта

составляют транспортные и складские затраты. Эффективная логистическая система является конкурентным преимуществом в той или иной степени практически для каждого предприятия.

Ученые всего мира, и, конечно, России активно работают над этим вопросом – разрабатываются модели управления запасами, рассматриваются варианты товароразмещения, создаются логистические программные комплексы.

При этом большинство разработанных методов оптимизируют логистическую систему лишь в рамках какого-либо одного критерия (ABC и XYZ анализы предлагают размещать товар в соответствии со спросом и ценностью, они позволяют минимизировать количество передвижений на складе, решение «Задачи о ранце» способствует наибольшей заполненности складской единицы, и т.д.). Помимо сравнительных характеристик не стоит забывать и о частных свойствах того или иного товара – необходимые условия хранения, время поставки, надежность поставщика в вопросе соблюдения сроков и обеспечения качества продукции, некоторые товары в силу своих особенностей не следует хранить рядом. Таким образом, задача оптимального размещения товаров на складе многокритериальна и не может быть ограничена лишь одним направлением оптимизации. К тому же зачастую предлагаемые методы решения задач эвристичны, они не могут быть формализованы в силу неопределенности отдельных характеристик. К сожалению, нет единого метода, который бы мог учесть все необходимые условия. На предприятии, в лучшем случае, наиболее важные характеристики имеет ввиду кладовщик, направляющий товары в то или иное место хранения, оценочно определяя возможность и оптимальность размещения.

Автоматизация работы склада позволяет повысить эффективность работы склада. Будь то просто файлы в Excel, или самостоятельные системы управления складом, в любом случае, это надежнее, чем записи на бумажных носителях, или хранение информации в голове. Автоматизированный учет продукции на складе способствует упорядочиванию деятельности, накоплению информации, что в свою очередь помогает принять решение о размещении товаров.

Почему бы не доверить автоматической системе принятие этого решения?

Программа может учесть значительно большее количество факторов, и, сопоставив отдельные характеристики, выбрать оптимальное решение. Достаточно один раз «объяснить правила игры», и мы можем рассчитывать на наиболее эффективное размещение товаров каждого прихода.

Для реализации такого способа принятия решений мы обратились к теории нечетких множеств. В рамках данной теории рассматриваются элементы множеств, для которых функция принадлежности представляет собой не жесткий порог (принадлежит/не принадлежит, как в бинарной логике), а плавную сигмоиду (обычно ломанную кривую), пробегающую все значения от нуля до единицы (рис. 1).

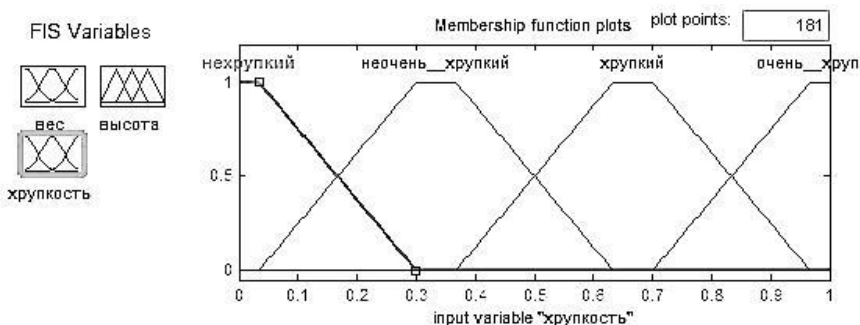


Рис. 1. Описание лингвистической переменной «Хрупкость товара»

Таким образом, на входе уже не четкие цифры, а некоторые размытые данные. Далее, с учетом взаимодействия этих характеристик, по некоторым правилам принимается четкое решение.

Практический опыт разработки систем на нечетких множествах свидетельствует, что сроки и стоимость их проектирования значительно ниже, чем при использовании традиционного математического аппарата, при этом обеспечиваются требуемые уровни качества. Лотфи Заде как-то по этому поводу заметил, что «почти всегда можно сделать такой же продукт без нечеткой логики, но с нечеткой будет быстрее и дешевле» [1].

Нечеткие множества дают возможность формализовать величины, имеющие качественную основу, выявить причинно-следственные связи между регулируемыми параметрами и влияющими на них величинами и сформулировать нечеткий прогноз в условиях неопределенности параметров прогнозирования.

Использование нечеткой логики принципиально упрощает решение ряда задач с точки зрения принятия решений. Многие зарубежные страны уже давно взяли это себе на заметку и активно используют аппарат нечеткой логики для решения различных задач, в том числе и логистических. Но не смотря на явные преимущества, данный аппарат ещё не получил широкого распространения в логистической среде в России.

В результате проведенных исследований был разработан программный модуль, который представляет собой «советчик кладовщика». Получая ряд данных о поставленных товарах, программа на основе определенных алгоритмов рекомендует в какой именно ячейке склада следует разместить пришедший товар, чтобы это было наиболее эффективно. После того, как пользователь выберет в какой части склада необходимо разместить товар, информация об этом сохраняется во внутренней «базе данных». Изменяются характеристики заполненности ячеек, дополняется информация о товарах.

Использование автоматической системы управления складом позволяет сделать влияние человеческого фактора на процедуру принятия решений и конечный результат минимальным. Автоматизация склада существенно снижает риски, связанные с ошибками людей. Поскольку система сама знает местонахождение грузов, требования к квалификации исполнителей снижаются.

Если разложить складскую деятельность на составляющие этапы, мы увидим, что больше половины этого времени (до 55 процентов) уходит на перемещения персонала по складу, 15 процентов – поиск товара, 10 процентов – на его извлечение из мест хранения, 20 процентов – на подготовку документов [2].

В результате использования разработанной программы происходит

- упорядочение и оптимизация технологических процессов работы с материальными потоками;
- повышается точность данных о количестве и размещении груза на складе;
- оптимизируется использование складских площадей, увеличивается вместимость;
- уменьшается вероятность порчи товаров, как во время размещения, так и хранения;
- снижаются эксплуатационные расходы;
- уменьшается коэффициент использования подъемно-транспортного оборудования;
- сокращается время адаптации нового персонала.

Таким образом, даже использование небольшого программного модуля может значительно оптимизировать работу склада и сократить складские издержки

На текущий момент программа оперирует всего семью лингвистическими переменными, описывающими габариты груза, вес, хрупкость, а также размеры свободного места в ячейке. В дальнейшем будут рассмотрены другие нечеткие характеристики: сроки поставки, условия хранения, способ хранения и т.д. Характеристики ячеек могут быть дополнены

их прочностью, устойчивостью, формой. Для их использования необходимо лишь несколько дополнить используемые принципы размещения.

Для расширения возможностей программы могут быть задействованы и другие форматы баз данных, генерируемые тем или иным программным комплексом. Да и в целом, более тесное взаимодействие с уже используемым программным комплексом несет в себе большие возможности. Используемые в информационной системе точные данные можно легко преобразовать в нечеткие характеристики. Конечное решение о размещении также может быть автоматически занесено в систему.

Таким образом, в рамках исследования был проведен анализ различных способов оптимизации складской логистики, выявлены их недостатки, такие как невозможность совместного использования для быстрого принятия решения и невозможность учета случайного характера материального снабжения. По этим причинам было предложено для разработки дальнейших мер по оптимизации использование теории нечетких множеств. Благодаря принципам нечеткой логики есть возможность свести количество необходимых данных по грузам к минимуму, а также учесть различные сбои в поставках, как по срокам, так и в количестве. В связи с чем, функцию принятия решения о размещении товара в том или ином месте можно переложить на информационную систему, а не на экспертный взгляд сотрудника склада. Данный подход открывает обширные возможности для оптимизации различных логистических задач, может быть использован для повышения эффективности различных сфер деятельности предприятия. Дальнейшие исследования в данном направлении будут способствовать формированию универсальных решений в вопросе управления материальными потоками.

Библиографический список

1. **Ghiaus C.** Fuzzy model and control of a fan-coil // Journal of Energy and Buildings. 2001. Вып. 33.
2. Управление трудовыми ресурсами склада [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.west-pereezd.ru/upravlenie-trudovimi-resursami-sklada.html>

***Жарикова Е.В., студ.; рук. Колибаба В.И., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)***

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛАТЫ ЗА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРИСОЕДИНЕНИЕ

Технологическое присоединение – это комплекс мероприятий по присоединению энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также

объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам, к электрическим сетям сетевой организации.

Основной принцип технологического присоединения состоит в том, что заявитель получает возможность присоединить новую мощность путем оплаты за эту услугу в соответствии с заявленной величиной мощности. При этом платят не все потребители, а конкретный застройщик, которому необходимо ввести в эксплуатацию новые объекты.

Внося плату за технологическое присоединение, потребитель освобождается от выполнения обременительных технических условий. В то же время сетевая компания за счет средств, полученных в качестве платы за присоединение, самостоятельно выполняет весь комплекс работ, необходимых для поставки потребителю электроэнергии.

Исходя из существовавшей до 2012 г. практики установления платы за технологическое присоединение, потребители, подавшие заявку на технологическое присоединение, вынуждены были оплачивать мероприятия по строительству объектов электросетевого хозяйства даже в том случае, если для их присоединения такие мероприятия не были необходимы. Это происходило в силу того, что величина капитальных затрат на строительство распределялась между всем объемом заявок и включалась в плату каждому потребителю.

03.12.2012 г. Приказом ФСТ России N 209-э/1 от 11.09.2012 г. [1] были утверждены новые Методические указания по определению платы за технологическое присоединение к электрическим сетям, которые предусматривают следующие изменения в методике расчета платы за технологическое присоединение:

1) из состава расходов, включаемых в размер платы за технологическое присоединение, исключены мероприятия по организации автоматизированного учета электроэнергии, организации телемеханики (телеуправление, телеизмерение) и по организации устройств релейной защиты и ПА, организация связи, компенсация емкостных токов;

2) при расчете платы конкретному заявителю предусматривается учет затрат только по тем мероприятиям «последней мили», которые предусмотрены выданными ему сетевой организацией техническими условиями, в отличие от существующего порядка, при котором плата за технологическое присоединение рассчитывается по единой ставке (руб./кВт), куда входят затраты на единицу мощности по всем мероприятиям «последней мили», в том числе и те, которые конкретному заявителю не производятся.

Под «последней милей» понимается величина расходов на строительство объектов электросетевого хозяйства от существующих объектов

до присоединяемых энергопринимающих устройств (или) объектов электроэнергетики.

3) определен порядок расчета ставок за единицу максимальной мощности (руб./кВт) на регулируемый период, исходя из средневзвешенного фактического объема максимальной мощности, присоединенной сетевой организацией за предшествующие 3 года, и средней за 3 года фактической протяженности построенных кабельных и воздушных линий и утвержденных тарифных ставок.

4) прописан порядок расчета платы за технологическое присоединение для утверждения регулирующим органом формулы расчета платы. По утвержденной формуле сетевая организация рассчитывает плату для конкретного заявителя.

К сожалению, новая методика расчета размера платы за технологическое присоединение не решает проблему выпадающих доходов, которые возникают у сетевых организаций в связи с выполнением работ по присоединению льготных групп потребителей.

Библиографический список

1. Приказ ФСТ от 11.09.2012 № 209-э/1 «Об утверждении Методических указаний по определению размера платы за технологическое присоединение к электрическим сетям».

*Жукова А.А., Колибаба С.В., студ.; рук. Костерин А.Ю., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕКРЕСТНОГО СУБСИДИРОВАНИЯ В ЭНЕРГЕТИКЕ В РОССИИ

В энергетике Российской Федерации, как и во многих других отраслях экономики, существует проблема перекрестного субсидирования.

Под термином «перекрестное субсидирование», в электроэнергетике, понимается механизм, при котором тарифы для потребителей электрической энергии на низком напряжении – населения, искусственным образом занижаются и устанавливаются ниже уровня предельных издержек, а возникающие денежные потери компенсируются посредством завышения тарифов для потребителей на высоком напряжении выше уровня предельных издержек – для крупных и средних промышленных предприятий.

Выделяют восемь основных видов перекрестного субсидирования в энергетике России:

1. Субсидирование производства электрической энергии за счет производства тепловой энергии на ТЭЦ;
2. Субсидированием потребителей электрической энергии за счет потребителей тепла от ТЭЦ;
3. Субсидирование затрат на обеспечение резерва электрической мощности за счет затрат на электрическую энергию;
4. Субсидирование затрат на обеспечение резерва тепловой мощности за счет затрат на производство тепловой энергии;
5. Субсидирование социально-значимых потребителей по принципу «всем за счет всех»;
6. Субсидирование удаленных потребителей за счет близко расположенных к энергоисточникам;
7. Субсидирование новых потребителей за счет уже существующих;
8. Субсидирование новых и энергосберегающих технологий.

На конкурентных рынках энергии перекрестное субсидирование не приносит производителям необходимого эффекта, так как в случае завышения тарифов потребитель электроэнергии будет искать другого поставщика. Можно сказать, что перекрестное субсидирование искажает основы ценообразования на рынке энергии и не должно использоваться в качестве регулирующего механизма.

Цель существования «перекрестного субсидирования» – поддержка относительно низкого уровня тарифов на электроэнергию для населения. Однако наличие такого субсидирования не позволяет рассчитывать на долгосрочные перспективы по удержанию заниженных тарифов, по причине ускорения темпов износа основных средств электроэнергетических компаний, что в конечном итоге может привести к кризису в энергетическом комплексе. Преодоление последствий такого кризиса потребует значительных финансовых вложений, которые неизбежно будут компенсированы за счет повышения тарифов. Необходимость модернизации электроэнергетики ведет в тому, что в ближайшем будущем в России должен произойти значительный рост тарифов на электроэнергию, в особенности при выводе потребителей электроэнергии, категории «население» из сферы регулируемых видов деятельности..

При этом важно понимать, что рост тарифов будет происходить в любом случае, так как невозможно бесконечно долго поддерживать уровень тарифов на электроэнергию для определенных категорий потребителей ниже экономически обоснованного уровня.

Перекрестное субсидирование, являясь по своей сути одной из форм дискриминации цен, т.е. установления такого их уровня, который покрывает средние общие издержки отрасли, способствует возникновению целой группы проблем, в частности:

- проблемы естественных монополий;
- проблемы населения;
- проблемы энергосбережения и энергоэффективности;
- проблемы крупных промышленных потребителей;
- проблемы экономического развития и роста страны.

1. Проблемы естественных монополий

В результате перекрестного субсидирования энергокомпания оказывается в рамках модели «издержки плюс прибыль», что в результате подрывает основополагающие стимулы рыночной экономики. Если прибыль энергокомпании, естественной монополии, нормируется и может превышать издержки на определенную фиксированную величину, то отпадает необходимость в минимизации самих издержек, а последнее является сложным мероприятием. Более того, вполне вероятно использование в расчетах тарифов естественных монополий завышенных (или заниженных) норм прибыли, которые могут не соответствовать с реальными возможностями и потребностям энергокомпаний.

2. Проблемы населения

Сегодня электроэнергию по регулируемым ценам (льготному тарифу) получают все категории населения. В итоге большая часть средств «перекрестного субсидирования» уходит на льготы для вполне состоятельных граждан, потребляющих большие объемы электроэнергии. Из-за отсутствия дифференцированного подхода малообеспеченные слои населения, реально нуждающиеся в льготах на оплату электроэнергии, получают эти льготы в существенно меньшем объеме, чем это необходимо.

Кроме того, с одной стороны, промышленные предприятия оплачивают льготные тарифы населения, а с другой стороны, завышенные тарифы на электроэнергию крупных промышленных предприятий приводят в росту цены на их продукцию через включение в нее «переплаты» за электроэнергию. Тем самым, это отражается на уровне жизни населения, так как в конечном итоге население само оплачивает большую часть собственных льгот по электроэнергии.

3. Проблемы энергосбережения и энергоэффективности

При существовании «перекрестного субсидирования» ни потребители, ни производители электрической энергии не имеют стимулов для повышения уровня энергоэффективности и энергосбережения.

Население покупающее электроэнергию по заниженным тарифам лишено таких стимулов, поскольку получает электроэнергию по цене заметно ниже ее реального уровня.

Производители лишены этих стимулов, поскольку органы тарифного регулирования при установлении тарифов исходят из принципа «издержки плюс».

4. Проблемы крупных промышленных потребителей

Перекрестное субсидирование является экономически необоснованным, так как крупные промышленные потребители получают более дешевую электроэнергию напрямую с оптового рынка на высоком напряжении, а население получает электроэнергию после понижения напряжения, что значительно увеличивает ее стоимость.

Перекрестное субсидирование является дополнительной нагрузкой на всех промышленных потребителей, так как уменьшает свободные средства предприятий, ведет к росту их издержек, уменьшению объема внутренних инвестиций и инноваций, и в конечном счете, уменьшает налогооблагаемую базу и снижает темпы развития промышленных предприятий.

5. Проблемы экономического развития и роста страны

Объем дополнительной нагрузки в виде «перекрестного субсидирования», приходящаяся на все промышленные предприятия, по разным оценкам, достигает 80 миллиардов рублей в год. Эта дополнительная нагрузка, ложащаяся на всех промышленных потребителей, уменьшает свободные средства предприятий, ведет к росту их издержек, уменьшению объема внутренних инвестиций и инноваций, и, в конечном счете, уменьшает налогооблагаемую базу и снижает темпы развития промышленных предприятий. Это приводит к тому, что «перекрестное субсидирование» оказывает негативное влияние на рост валового внутреннего продукта в России.

Таким образом, проблема перекрестного субсидирования в электроэнергетике остается актуальной и болезненной как для различных групп потребителей, так и для энергетических предприятий.

*Жукова А.А., Колибаба С.В., студ.; рук. Костерин А.Ю., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ЛИКВИДАЦИИ ДОГОВОРОВ «ПОСЛЕДНЕЙ МИЛИ»

Договор «последней мили» является одним из элементов системы «перекрестного субсидирования» в электроэнергетике России.

Под договором «последней мили» понимают договор аренды заключенный между Федеральной сетевой компанией (ФСК) и территориальной сетевой организацией (ТСО), в соответствии с которым ТСО берет в аренду у ФСК определенный участок магистральной электрической сети напряжением 220 кВ и других объектов электросетевого хозяйства.

В результате такой аренды потребитель вынужден платить за передачу электрической энергии не только ФСК, но и межрегиональной распределительной сетевой компании (МРСК), тарифы которой выше, что позволяет несколько завысить суммарную выручку распределительных компаний. Очевидно, что крупные потребители электроэнергии критикуют договора «последней мили» из-за проблемы «перекрёстного субсидирования».

Перекрёстное субсидирование в данном случае представляет собой механизм сбалансирования тарифов, в результате которого население платит заведомо меньше, а крупные предприятия, физически присоединенные к сети ФСК, но оплачивающие еще и услуги распределительных сетей более низкого напряжения (услугами которых в действительности не пользуется) заведомо больше. Это в свою очередь увеличивает себестоимость продукции и понижает конкурентоспособность предприятий.

Подобные договора аренды стали возможны на основе Федерального Закона №250 от 4 ноября 2007 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с осуществлением мер по реформированию Единой энергетической системы России», который даёт право организации по управлению единой национальной (общероссийской) электрической сетью (ФСК) передавать в аренду территориальным сетевым организациям объекты электросетевого хозяйства.

По законодательству РФ такие договора аренды могли заключаться до 2011 года, но фактически сроки их заключения были продлены до 1 января 2014 года [1]. Сейчас по данным газеты «Ведомости» со ссылкой на официальные документы, Министерство энергетики предполагает продлить сроки действия договоров "последней мили" до 2016 -2017 гг.

Очевидно, что крупные потребители, недовольны тем, что с каждого киловатта потребленной электроэнергии им приходится переплачивать от 10 до 25%. Ситуация с «последней милей» особенно обострилась в последние годы. Крупные потребители один за другим отказываются от услуг МРСК и переходят на прямые договоры с ФСК. При этом предприятия инициируют иски против сетевых компаний, стремясь вернуть ранее выплаченные деньги. В свою очередь, МРСК пытаются отсудить выпадающие доходы у региональных властей, которые, по мнению энергетиков, неправильно рассчитали тарифы.

На сегодняшний день пока межрегиональные распределительные сетевые компании отстаивают свои интересы в судебных инстанциях их выпадающие доходы и штрафы начинают угрожать их финансовой устойчивости.

Государство намерено в будущем отказаться от «последней мили», как и от большинства других видов перекрёстного субсидирования, но точные сроки этого продолжают обсуждаться. Правительство заявило о

готовности решить данную проблему путем постепенного отказа от договоров «последней мили». Первоначально изменения коснутся 18 регионов, где проблема стоит наиболее остро. Данный процесс будет проходить поэтапно и продлится до 2014 года. Альтернативой «последней миле» должна стать социальная норма потребления. Определенная объем электроэнергии для населения будет оплачиваться по социальному тарифу, а все, что выше нормы, — по рыночным ценам.

Экономические последствия ликвидации договоров «последней мили» трудно предсказуемы.

С одной стороны, для крупных потребителей электроэнергии и мощности (компании нефтегазового и нефтехимического сектора, черной и цветной металлургии первого передела и других аналогичных предприятий) – значительное снижение стоимости и затрат на электроэнергию, что должно привести снижению цены продукции и открыть новые возможности в развитии производства и экономики РФ.

С другой стороны, у всех МРСК образуются значительные выпадающие доходы, так как по договорам «последней мили» они получали в среднем 20-30 % выручки. Частично выпадающие доходы МРСК планируется компенсировать за счет более высоких тарифов за превышение социальной нормы, которую планируется установить на минимальном уровне. По социальному (низкому) тарифу население сможет оплачивать установленные 75 – 100 кВт·ч на человека в месяц, все остальную потребленную энергию населению придется покупать по значительно более высоким ценам. Это увеличит объем выручки, которую сбытовые компании смогут получать от населения, и позволит повысить долю сетевых компаний в этой сумме.

Тариф сверх социальной нормы планируется устанавливаться для каждого региона с учетом того, насколько в настоящее время там занижены тарифы для населения по сравнению с экономически обоснованными.

Таким образом, отмена последней мили приведет к существенному росту тарифов для населения, однако необходимо отметить, что без внесения изменений в постановления Правительства РФ №1178 и №1172 [2, 3], ограничивающих предельный ежегодный рост тарифов на передачу электроэнергии на уровне 11%, все инициативы по введению социальных норм не смогут компенсировать МРСК даже часть выпадающих доходов. В аналогичной ситуации окажутся предприятия малого и среднего бизнеса.

Таким образом, при отмене договоров «последней мили» существенных расходы понесут МРСК – в виде увеличения выпадающих дохо-

дов; население, малый и средний бизнес – в виде роста тарифов на электроэнергию, введения социальной нормы потребления электроэнергии.

Библиографический список

1. Федеральный закон «Об электроэнергетике» от 26 марта 2003 г. №35-ФЗ.
2. Постановление Правительства РФ от 29 декабря 2011 г. №1178 «О ценообразовании в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике».
3. Постановление от 27 декабря 2010 г. №1172 «Об утверждении Правил оптового рынка электрической энергии и мощности и о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам организации функционирования оптового рынка электрической энергии и мощности».

*Зайко К.В., студ.; рук. Чернов С.С., к.э.н., доц.
(НГТУ, г. Новосибирск)*

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ПРЕДПРИЯТИЯ ЭЛЕКТРОСЕТЕВОГО КОМПЛЕКСА МЕТОДОМ RAB-РЕГУЛИРОВАНИЯ

На сегодняшний день российская энергетика нуждается в большом объеме инвестиций в силу дефицита мощностей и высокой степени износа оборудования. Причиной недостаточного внимания инвесторов к отрасли стало непонимание механизмов получения прибыли. Действующая в России до 2012 г. система тарифного регулирования «затраты плюс» недостаточно отражала интересы инвесторов. Именно поэтому государство и сетевые компании проявили интерес к европейской системе формирования тарифов – RAB-регулированию, предполагая, что она принесет необходимый инвестиционный капитал в отрасль электроэнергетики.

RAB (Regulatory Asset Base – регулируемая база инвестированного капитала) – это система долгосрочного тарифообразования, основной целью которой является привлечение инвестиций в расширение и модернизацию инфраструктуры электросетевых компаний [2]. Другими словами метод RAB-регулирования есть метод доходности инвестированного капитала.

Для России система RAB относительно новая. Как уже было сказано, окончательный переход на формирование тарифов методом инвестированного капитала (метод RAB) состоялся в 2012 г. и заменил метод экономически обоснованных затрат («затраты плюс») [3].

Такая смена системы тарифообразования в сфере сетевых энергопредприятий обоснована тем, что в условиях естественной монополизации сетевых компаний система «затраты плюс» оказалась малоэффективной по ряду причин, например:

- монополия не заинтересована в снижении издержек и повышении качества оказываемых услуг;
- источники инвестиций – только амортизация и прибыль текущего года;
- регулятор определяет «справедливый» размер прибыли;
- расходы и цены монопольного предприятия тяжело контролировать, поскольку регуляторы не обладают достаточной информацией и не имеют необходимых ресурсов.

В условиях процесса либерализации энергетического рынка государство стремится создать такие условия, в которых монополии будут вести себя как конкурентные компании. Чтобы понять, за счет чего RAB-метод решает существующие проблемы была изучена методика расчета тарифа в новой системе (рис. 1).

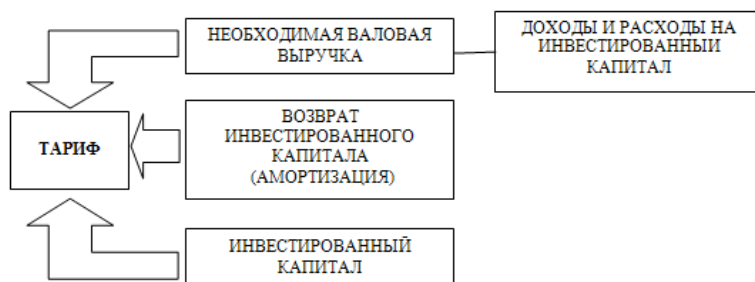


Рис.1. Схема установления долгосрочного тарифа по методике RAB

Результаты изучения метода инвестированного капитала (механизма RAB-регулирования) позволили выделить достоинства и недостатки данного метода тарифного регулирования, которые представлены в табл. 1.

Подводя итог, отметим, что RAB-регулирование давно используется во многих странах, и его преимущества доказаны временем.

К настоящему времени рассматриваемый метод позволил компаниям значительно увеличить приток инвестиций, однако, ожидаемое снижение тарифа не произошло, наоборот, наблюдается рост тарифных ставок. Такой парадокс говорит о том, что не созданы все условия для перехода к долгосрочному тарифному регулированию. В связи с этим RAB-регулирование тарифов сетевых энергопредприятий как инструмент развития бизнеса и экономики в целом остается актуальным и требует детального изучения в условиях российского энергетического рынка.

Таблица 1

Достоинства и недостатки RAB-регулирования

Субъект рынка	Достоинства RAB	Недостатки RAB
Сетевые компании	Привлечение масштабных и эффективных инвестиций Стимул к снижению издержек, так как сэкономленные средства остаются в компании Достаточность средств для обслуживания кредитов и получения прибыли	Возможны существенные ошибки прогнозов инфляции, инвестиционных расходов и пр. Сложность привлечения кредитных ресурсов
Потребитель услуг	Получение надежного и бесперебойного электроснабжения Повышение надежности и качества услуг Сокращение платы за присоединение к сетям для новых потребителей	Рост тарифа Развитие сетевого бизнеса оплачивается потребителями, а не собственниками
Инвесторы (акционеры)	Гарантирован доход на вложенный капитал Развитие бизнеса	Заниженная ставка нормы доходности на инвестированный капитал
Государство	Решаются вопросы развития без гос.поддержки Более прозрачный механизм тарифообразования Привлечение масштабных инвестиций в отрасль Снижению операционных расходов сетевой компании, условно-постоянных затрат по методу сравнения аналогичных компаний (benchmarking) Возможность регулирования надежности и качества поставляемых потребителям услуг	Рост тарифа противоречит политике сдерживания тарифа

Библиографический список:

1. Приказ Федеральной службы по тарифам от 26.06.2008 № 231-э «Об утверждении Методических указаний по регулированию тарифов с применением метода доходности инвестированного капитала».
2. Федеральный закон от 25.02.99 39-ФЗ (ред. от 12.12.2011) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений».
3. **Швец Н.Н.**, Демидов А.В. Опыт внедрения RAB-регулирования в распределительном электросетевом комплексе // Вестник МГИМО. 2012. №1.

*Камышников В.С., к.э.н., доц.
(ОАО «ТГК-2», г. Ярославль)*

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (ОПЫТ ГЛАВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОАО «ТГК-2» ПО ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Энергетика России является одной из главных отраслей экономики. Как и другие отрасли, она сталкивается с рядом проблем. Одной из ключевых проблем выступает высокий уровень износа основного и вспомогательного оборудования теплоэлектростанций, тепловых и электрических сетей. Это не удивительно. Основная масса активов энергетических предприятий создавалась в 50-70гг. прошлого века в период бурного промышленного роста и нуждалась в средствах только на техническую эксплуатацию и ремонт. Последние десятилетия характеризуются резким ростом доли активов, подлежащих замене в связи с физическим и моральным износом, что в условиях ограниченных ресурсов и тарифного регулирования вызывает значительные затруднения. Приходится признать, что уже большая часть основного энергетического оборудования предприятий отработала установленный парковый ресурс или определенный нормами срок службы [1]. На практике зачастую затраты на ремонт существующего оборудования соизмеримы со стоимостью нового оборудования, так как за счет достижений научно-технического прогресса современное оборудование превосходит существующее по техническим характеристикам, экономическим показателям и показателям надежности. Поэтому возникает проблема поиска компромисса между ремонтами существующего оборудования и его модернизацией, реконструкцией, заменой и т.п. [2].

Таким образом, энергетика остро нуждается в инвестициях, направленных на модернизацию, техническое перевооружение, реконструкцию основных производственных фондов. Но какие источники, инструменты финансового обеспечения инвестиций при этом могут быть задействованы? Используя опыт и механизмы финансового обеспечения инвестиций Главного управления ОАО «ТГК-2» по Ярославской области (ГУ ОАО «ТГК-2» по ЯО), проанализируем существующие и перспективные инструменты финансового обеспечения инвестиционной деятельности.

Все источники финансового обеспечения инвестиций можно разделить на четыре группы. К первой группе следует отнести тарифные источники. В ГУ ОАО «ТГК-2» по ЯО к данной группе относятся тариф на теплоснабжение и тариф на техническое присоединение к тепловым сетям.

В Ярославской области тарифы на теплоснабжение на 2013г. рассчитываются методом обоснованных расходов. При расчете тарифа учитываются экономически обоснованные эксплуатационные расходы, амортизация эксплуатируемого оборудования. Кроме того, с учетом утвержденной Ярославской областью инвестиционной программы, в тарифе учитывается инвестиционная составляющая, складывающаяся из амортизационных отчислений по объектам инвестирования, расходов из прибыли и средств на реализацию определенных социально-значимых инвестиционных проектов (например, «Строительство замещающего энергоисточника на Ляпинской котельной», «Строительство очистных сооружений ТЭЦ-2», «Строительство тепломагистрали от Тенинской водогрейной котельной до поселка Ченцы»).

В перспективе ОАО «ТГК-2» планирует с 2017 года перейти на новую систему долгосрочного тарифообразования (метод RAB-регулирования). В результате этого компания получит следующее:

- Возможность значительного наращивания объема инвестиций (даже с некоторым мультипликативным эффектом).
- Дополнительные гарантии возврата заемных средств через тарифы. В тариф заложены и проценты по кредитам, и плата за использование капитала. Также в него заложена выручка компании на протяжении длительного периода (3-5 лет). Поэтому выгоднее привлекать заемные средства для реализации инвестиционной программы. Кроме того для компании, перешедшей на RAB-регулирование, норма доходности утверждается государством, что является гарантом возврата вложенных инвестором средств.
- Возможность долгосрочного планирования инвестиционных программ (на 3-5 лет), предсказуемый тариф (что важно для потребителя).
- Стимул к снижению издержек, так как экономия на весь период регулирования остается в компании.
- Увеличение инвестиционной привлекательности предприятия.

С точки зрения потребителей достоинствами системы RAB-регулирования являются повышение надежности энергоснабжения и качества предоставляемых услуг за счет новых инвестиций [3,4,5].

Во вторую группу источников финансового обеспечения инвестиций, по моему мнению, следует отнести механизмы государственной поддержки. ГУ ОАО «ТГК-2» по ЯО широко пользуется целым рядом таких механизмов. Во-первых, это наличие соглашений с органами власти. Так между ОАО «ТГК-2», Департаментом энергетики и регулирования тарифов Ярославской области (ДЭиРТ), и Некоммерческой организацией Фонд «Энергоэффективность» (НКО ФЭ) существует соглашение о реализации на территории области мероприятий по энергосбережению. В

соответствии с утвержденными ДЭиРТ тарифами на тепловую энергию и теплоносители ОАО «ТГК-2» периодически начисляет на энергосберегающие мероприятия определенную сумму средств. В рамках вышеуказанного соглашения ОАО «ТГК-2» перечисляет от начисленной суммы 50% на расчетный счет НКО ФЭ. Оставшиеся 50% средств направляются на финансирование энергосберегающих проектов ГУ ОАО «ТГК-2» по ЯО, включаемых в план мероприятий на текущий год, согласованный с НКО ФЭ. Таким образом, за счет этого механизма ОАО «ТГК-2» имеет дополнительный источник обеспечения энергоэффективных мероприятий.

Другой пример взаимоотношений с властью – соглашение о взаимодействии Правительства Ярославской области, мэрии г. Ярославля и ОАО «ТГК-2» по вопросам реализации крупного инвестиционного проекта по строительству замещающего энергоисточника на Ляпинской котельной. Согласно этому соглашению для ОАО «ТГК-2» сохраняется расчетный уровень производственной себестоимости существующей Ляпинской котельной, учтенной в тарифном регулировании, на период срока окупаемости и в течение 2 лет после окончания срока окупаемости мероприятия. Это дает дополнительную прибыль компании. Аналогичные соглашения заключены (и, надеемся, будут заключаться) на переключение тепловых нагрузок потребителей неэффективных котельных г. Ярославля на тепловые сети ОАО «ТГК-2».

Во-вторых, это механизм налоговых льгот (налог на прибыль, налог на имущество). Так, например, инвестиционный проект по строительству замещающего энергоисточника на Ляпинской котельной Правительство Ярославской области включило в перечень приоритетных инвестиционных проектов Ярославской области, и за счет этого ОАО «ТГК-2» имеет право на льготный период по налогу на имущество.

В третью группу источников финансового обеспечения инвестиций следует включить привлеченные и заемные источники: целевое кредитование на крупные инвестиционные проекты, привлечение средств за счет акционирования, облигационных займов. Все три отмеченных источника широко используются в ОАО «ТГК-2». Например, целевым кредитованием обеспечивается строительство в г. Ярославле ПГУ-ТЭЦ 450 МВт. Методами акционирования и выпуска облигаций ОАО «ТГК-2» пользовались в 2008 году.

Стоит отметить, что, к сожалению, банковский сектор не способен самостоятельно справляться с потребностями долгосрочного инвестиционного финансирования, в первую очередь, потому что не обладает соответствующими длинными и дешевыми ресурсами [6].

В последнюю четвертую группу источников финансового обеспечения инвестиций следует включить внешние источники с привлечением иностранного капитала, создание совместных предприятий.

Ярким примером функционирования такого механизма обеспечения инвестиций является строительство в г. Ярославле Хуадянь-Тенинской ПГУ-ТЭЦ 450 МВт. Данный инвестиционный проект относится к международным, реализуется ОАО «ТГК-2» и китайской корпорацией Huadian (совместным российско-китайским предприятием ООО «Хуадянь-Тенинская ТЭЦ») при кредитной поддержке индустриально-коммерческого банка КНР. 70% от стоимости проекта составляют заемные средства банка, 30% - собственные средства участников. Общий объем инвестиций в проект составляет порядка 20 млрд. рублей. Это первый проект в сфере энергетики, реализуемый в России с привлечением прямых иностранных инвестиций. ОАО «ТГК-2» также ведет работу по организации энергетического сотрудничества с мировыми лидерами в сфере энергоэффективности, энергосбережения и экологии – датскими компаниями.

Подводя итоги, отмечу, что ОАО «ТГК-2» не останавливается на использовании рассмотренных источников, ищет, стремится использовать и другие формы финансового обеспечения инвестиций. Но хочется верить, что уже приобретенный ОАО «ТГК-2» опыт использования механизмов инвестиционного обеспечения будет полезен другим энергоснабжающим и сетевым предприятиям.

Библиографический список

1. **Пшеничников С.**, Солунин С., Сумской И. Выработка паркового ресурса основного энергетического оборудования ТЭС Рейтинг ДЗО РАО «ЕЭС России» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.e-m.ru/archive/articleser.asp?aid=6422>.
2. **Китушин В.Г.**, Иванова Е.В. Оценка эффективного срока реконструкции, замены оборудования // Проблемы современной экономики. 2008. №4(28).
3. **Губанов А.** RAB-регулирование. Как это работает [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.energyland.info/analytic-show-40837>.
4. **Добрякова А.В.**, Аврутин М.Ю., Мяков С.Б., Рассказов В.И. Финансовые модели осуществления производственной и инвестиционной деятельности организаций коммунального комплекса в сфере теплоснабжения. Обеспечение гарантированного возврата инвестиций и сглаживания тарифных последствий осуществления инвестиций // Новости теплоснабжения. 2011. №5, №6.
5. **Заславская О.** В банк за «длинным» рублем // Российская газета. 05.07.2011. №5519.

**Колесникова Е.В., студ.; рук. Колибаба В.И., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)**

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПО ПЕРЕДАЧЕ ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ

Актуальность данной темы сложно переоценить, так как конечный тариф для потребителя электрической энергии имеет огромную значимость для развития отдельных регионов и всей страны. В конечном тарифе учитываются и тарифы сетевых компаний, рассчитанные на основе себестоимости передачи и распределения энергии. Таким образом, себестоимость передачи и распределения электрической энергии является одним из определяющих факторов социально-экономического развития отдельных регионов.

В первую очередь анализ себестоимости призван обеспечивать необходимой информацией управленческий персонал предприятия, который отвечает за планирование, осуществление контроля по хозяйственным операциям и принятие различных административных решений. Он направлен на выявление резервов повышения эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов в процессе производства, снабжения и сбыта продукции, а так же он обеспечивает необходимой информацией для решения управленческих задач, определения показателей эффективности, принятия стратегических решений в сфере ценообразования совершенствования технологических процессов.

В общем виде себестоимость передачи (распределения) энергии равна сумме годовых текущих затрат сетевого предприятия, деленной на объем отпущенной энергии (за вычетом потерь в сетях). Суммарные ежегодные затраты на передачу и распределение электрической энергии включают в себя затраты по ЛЭП и подстанциям.

Полная себестоимость передачи и распределения электрической энергии зависит от следующих факторов:

1. Стоимость сооружения ЛЭП и удельные показатели стоимости подстанций. Чем выше эти показатели, тем больше они влияют на величину затрат по ремонтно-эксплуатационному обслуживанию сетей (через амортизационные отчисления);
2. Цена приобретения (аренды) земельного участка. Ввиду необходимости большого количества земли для кабельных и воздушных линий кадастровая стоимость земельного участка является значимым параметром;
3. Пропускная способность сетей, которая зависит от уровня напряжения, дальности передачи;

4. Конфигурация электрических сетей (по напряжению и протяжённости). Чем больше доля сетей низших напряжений, тем больше потери и их удельная стоимость;
5. Себестоимость (или тарифы) энергии, поступающей в сети;
6. Режимы электропотребления абонентов, присоединённых к данным сетям и т.д.

Существует несколько способов расчета себестоимости передачи и распределения электрической энергии, на основании которых рассчитывается тариф:

1. метод сравнение аналогов;
2. метод индексации;
3. затратный метод (метод экономически обоснованных затрат);
4. метод доходности инвестированного капитала (РАВ-метод);

Выбор метода в отношении каждой организации, осуществляющей передачу электроэнергии, производится регулирующим органом.

В настоящее время многие предприятия электросетевого хозяйства осуществляют переход на РАВ-метод. Однако для этого организация должна выполнить ряд требований, в частности иметь согласованную инвестиционную программу. Поэтому некоторые предприятия, в том числе ОАО «Мурманская горэлектросеть» до сих пор используют затратный метод.

В докладе проводится обоснование расчета себестоимости для предприятия по методу доходности инвестированного капитала. Себестоимость, рассчитанная данным методом, оказалось ниже значения, полученного затратным методом на 11,6%. Различия вызваны следующими факторами:

1. Различным способом учета капитальных вложений. При затратном методе используется ускоренная амортизация (последующие амортизационные значения имеют более низкое значение, чем предыдущие). Метод доходности инвестированного капитала предполагает возврат капитала одинаковыми частями.

2. Неодинаковым способом начисления доходности. В затратном методе доходность – это определенный процент от совокупных затрат, при РАВ-регулировании доходность определяется исходя из размера инвестированного капитала.

Предложены четыре мероприятия по снижению себестоимости: замена недогруженных трансформаторов, установка общедомовых приборов учета, выявление фактов хищения электрической энергии и установка расчетных счетчиков более высокого класса точности. Реализация данного проекта позволит снизить себестоимость передачи электроэнергии на 1,49% с 0,78 руб./кВт*ч до 0,76 руб./кВт*ч. Проведение этих мероприятий оказалось эффективным, несмотря на то, что из-за них про-

изошло увеличение затрат по статьям заработная плата и ремонтный фонд.

Библиографический список

1. Закон РФ «О государственных гарантиях и компенсациях для лиц, работающих и проживающих в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях» от 19.02.93 № 4520-1.
2. Постановление Правительства Российской Федерации «О реформировании электроэнергетики Российской Федерации» от 11.07.2001 г. №526.
3. Постановление Правительства РФ «О ценообразовании в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике» от 29.12.2011 №1178.
4. Приказ ФСТ «Об утверждении методических указаний по расчету регулируемых тарифов и цен на электрическую (тепловую) энергию на розничном (потребительском) рынке» от 6 августа 2004 г. №20-э/2.
5. Приказ Минпромэнерго России «Об утверждении административного регламента Министерства Промышленности и Энергетики Российской Федерации по исполнению государственной функции по утверждению нормативов технологических потерь электроэнергии при ее передаче по электрическим сетям» от 1 ноября 2007 г. №470.
6. Приказ ФСТ России «Об утверждении Методических указаний по регулированию тарифов с применением метода доходности инвестированного капитала» от 30.03.2012 N 228-э.
7. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности. Методические указания для выполнения курсовой работы / И.А. Астраханцева. Иваново: ГОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет В.И. Ленина», 2009.
8. <http://www.mges.ru>

*Колесникова Е.В., Вдович Е.П., студ.; рук. Хадеева Л.И., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЫНКА МОЩНОСТИ В РОССИИ

Характеристика рынков электроэнергии и мощности, их организационных, финансовых и технических сторон является актуальным вопросом на сегодняшний день. Оптовый рынок электроэнергии и мощности (ОРЭМ) - важная составляющая в развитии энергетики, промышленности, а также коммунально-бытового сектора.

В отличие от рынка электрической энергии, решающего краткосрочные задачи, рынок мощности призван решать стратегические задачи – обеспечивать строительство новых генерирующих мощностей для удовлетворения растущего спроса и замены старого малоэффективного оборудования.

Существующий рынок мощности имеет ряд недостатков, устранив которые можно повысить стимулы для модернизации и развития энергетики. Проблемы рынка мощности присутствуют как со стороны продавцов, так и со стороны покупателей.

Одна из основополагающих проблем действующего рынка мощности – большое количество нерыночных инструментов управления. По результатам конкурентных отборов мощности (КОМ) на 2011 год 54% генераций работают с ценовым ограничением, 26% работают в условиях конкуренции, 16% считаются «вынужденными» генераторами и 4% — «самыми дорогими». Таким образом, 74% генерации так или иначе регулируются государством, что противоречит идее свободного рынка.

Рассматриваются два способа преодоления ранее указанной проблемы: сокращение числа зон свободного перетока (с изменениями правил КОМ) или переход к одноставочному тарифу.

Следующий недостаток рынка мощности в России – это отсутствие возможности ухода с рынка поставщиков, выбранных по конкурентному отбору мощности, даже если станция убыточна для них. Большинство заявок на вывод не согласует Системный оператор, и по правилам рынка мощность получает статус «вынужденной», тариф на которую устанавливает государство в лице Федеральной службы по тарифам. Данные цены на мощность могут быть не выгодны поставщику. Таким образом, вместо гарантии возврата капитала инвесторы получают убыток, не имея возможности предотвратить его. Подобная схема снижает инвестиционную привлекательность энергетики, что может отрицательным образом отразиться на ее развитии.

По этой же причине в некоторых случаях рынок мощности сдерживает техническое развитие и модернизацию генерирующих установок - поставщик не имеет стимула внедрения новых разработок. При этом и рынок не в полной мере имеет возможность выбирать наиболее «дешевую» мощность, будучи связанным договорными отношениями с поставщиками.

С другой стороны, рынок мощности оказывает влияние на потребителей. Они оплачивают большой объем дорогого строительства по ДПМ, инвестиционным программам ГЭС и АЭС, а также работу старых низкоэффективных электростанций в вынужденном режиме.

Следует отметить, что КОМ принимает только заявки поставщиков, формируя цену на мощность без участия покупателей мощности. Существует мнение, что на рынке мощности нет реальной конкуренции (либо же она минимальна). Например, на 89% территории государством признано отсутствие конкуренции среди генераторов (Приказ ФАС от 21.06.2011 № 457).

По мнению НП «Сообщество покупателей оптового и розничного рынков электроэнергии (мощности)» не только цена, но и спрос на мощность формируются без участия потребителей мощности - спрос на мощность утверждается приказами Минэнерго (Приказ Минэнерго России от 29.08.2011 №380). В некоторых случаях происходит завышение прогноз-

ных темпов роста над реальными темпами роста нагрузки. При этом заключаются долгосрочные договоры, по которым потребитель обязан оплачивать «лишнюю» мощность.

Защита потребителя мощности может быть получена вследствие развития обоснованной конкуренции на рынке мощности. Безусловно, из-за технологических и организационных особенностей формирование полной конкуренции невозможно. Для развития конкуренции на рынке мощности необходимо:

Системно совершенствовать процедуры конкурентного отбора в части прогнозирования спроса, определения требуемых резервов, вывода из эксплуатации генерирующих объектов, а также самой модели ценообразования и отбора мощности.

Исключить административный барьер в виде необходимости получения положительного решения ФСТ России о включении в баланс поставок электроэнергии и мощности как условие для выхода на оптовый рынок розничных потребителей и энергосбытовых компаний.

Обеспечить участие потребителей электроэнергии в подаче ценовых и объемных заявок на оптовом рынке электроэнергии и мощности с целью обеспечения их влияния на рыночное ценообразование.

Снизить зоны свободного перетока с предельными уровнями, повысить количества субъектов в конкурентных зонах свободного перетока.

Сократить территории с особенностями ценообразования, расположенные в I ценовой зоне оптового рынка, с целью исключения межтерриториального перекрестного субсидирования и сохранения рыночных условий ценообразования в соответствующих субъектах Российской Федерации.

Определить учет при трансляции цены мощности с оптового рынка совмещенного максимума нагрузок для обеспечения снижения конечного платежа потребителей электроэнергии за мощность на розничном рынке и недопущения получения гарантирующими поставщиками необоснованных доходов.

Библиографический список

1. Постановление Правительства РФ №238 от 13 апреля 2010 г. «Об определении ценовых параметров торговли мощностью на оптовом рынке электрической энергии (мощности) переходного периода».
2. Постановление Правительства РФ №526 от 11 июля 2001 г. «О реформировании электроэнергетики Российской Федерации».
3. **Беляев Л.С., Подковальников С.В.** Рынок в электроэнергетике: проблемы развития генерирующих мощностей. Новосибирск: Наука, 2004.

*Колибаба С.В., студ.; рук. Ставровский Е.С., к.т.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ФОРМИРОВАНИЕ ТАРИФОВ НА ТЕПЛОВУЮ ЭНЕРГИЮ

Тарифная политика – это важнейшая составляющая всей системы государственного регулирования отрасли. Тарифы на электрическую и тепловую энергию в РФ представляют собой систему ценовых ставок, по которым осуществляются расчеты покупателей с поставщиками энергии.

Тарифная политика в электроэнергетике представляет собой систему мер по реализации государственной энергетической стратегии путем регулирования и контроля тарифов на электрическую и тепловую энергию. Как инструмент управления отраслью, тарифная политика призвана способствовать достижению экономической эффективности и реализации общественных интересов, связанных с функционированием электроэнергетики. Экономические, организационные и правовые основы государственного регулирования тарифов и цен на электрическую и тепловую энергию регламентируются законодательством. Тарифная политика в электроэнергетике осуществляется посредством установления экономически обоснованных тарифов на электрическую и тепловую энергию и их предельных уровней [1].

Предельные уровни тарифов устанавливаются ежегодно Правительством РФ до принятия Государственной Думой Федерального Собрания РФ в первом чтении проекта закона о федеральном бюджете на очередной финансовый год и вводятся в действие с начала указанного года. Предельные уровни тарифов могут быть установлены Правительством РФ с календарной разбивкой, разбивкой по категориям потребителей с учетом региональных и иных особенностей.

Установление регулируемых тарифов осуществляется регулирующими органами в соответствии с целями и принципами государственного регулирования.

Регулирование отношений, возникающих в процессе тарифообразования в теплоэнергетике, осуществляется на федеральном, региональном и местном уровнях управления.

Методы регулирования тарифов на тепловую энергию

Согласно Постановлению Правительства РФ "Основы ценообразования в отношении электрической и тепловой энергии в РФ" для определения тарифов на тепловую энергию используется четыре метода регулирования тарифов в сфере теплоснабжения. [2] К ним относятся:

1. метод экономически обоснованных расходов (затрат);
2. метод обеспечения доходности инвестированного капитала;

3. метод индексации установленных тарифов
4. метод сравнения аналогов
- Метод экономически обоснованных затрат

Расчет уровней регулируемых тарифов на тепловую энергию с применением метода экономически обоснованных затрат регулируется Постановлением Правительства РФ «О ценообразовании в отношении электрической и тепловой энергии в Российской Федерации» от 26 февраля 2004 г. № 109 и Приказом Федеральной службы по тарифам от 6 августа 2004 г. № 20-э/2 г. «Об утверждении методических указаний по расчету регулируемых тарифов и цен на электрическую (тепловую) энергию на розничном (потребительском) рынке» [1].

Тарифы на тепловую энергию, поставляемую потребителям, представляют собой сумму следующих составляющих:

1. средневзвешенная стоимость единицы тепловой энергии (мощности);
2. стоимость услуг по передаче единицы тепловой энергии (мощности) и иных услуг, оказание которых является неотъемлемой частью процесса снабжения тепловой энергией потребителей.

При использовании метода экономически обоснованных расходов тарифы рассчитываются на основе размера необходимой валовой выручки (НВВ) организации от реализации каждого вида продукции (услуг) и расчетного объема производства соответствующего вида продукции (услуг) за расчетный период регулирования.

Тариф продажи тепловой энергии рассчитывается для всех потребителей данной энергоснабжающей организации или дифференцируется по системам централизованного теплоснабжения при условии раздельного учета расходов по каждой из них.

Расчет тарифов продажи тепловой энергии предусматривает определение двухставочных тарифов и (или) одноставочных тарифов.

Расчет двухставочного тарифа продажи тепловой энергии производится путем разделения НВВт на производство тепловой энергии и на содержание мощности.

- Метод обеспечения доходности инвестированного капитала

Приказом Федеральной службы по тарифам от от 30 марта 2012г. №228-э утверждены Методические указания по регулированию тарифов с применением метода доходности инвестированного капитала, так называемым методом RAB (Regulatory Asset Base – регулируемая база инвестированного капитала).

Принципы регулирования с использованием метода RAB предусматривают установление тарифов на основе долгосрочных параметров регулирования. Длительность первого долгосрочного периода регулиро-

вания составит три года, продолжительность же последующих периодов - пять лет.

Регулирование с применением метода RAB предусматривает необходимость разработки и согласования в установленном порядке долгосрочной инвестиционной программы [6].

Необходимая валовая выручка, при расчете методом RAB обеспечивает:

- покрытие операционных расходов, расходов, связанных с арендой имущества, расходов по оплате услуг, оказываемых организациями, осуществляющими регулируемую деятельность;
- возврат инвестированного капитала;
- получение дохода на инвестированный капитал.
- Метод индексации установленных тарифов

Как альтернатива затратному методу существует метод индексации установленных тарифов. Метод индексации базируется на методе экономически обоснованных затрат, но с одним важным отличием – операционные расходы не пересматриваются постатейно каждый год, а просто ежегодно индексируются на индекс инфляции. Таким образом, в случае экономии издержек по сравнению с базовым уровнем тарифов, полученная экономия может автоматически оставаться у предприятия.

При регулировании тарифов на тепловую энергию (мощность) регулирующие органы вправе применять метод индексации тарифов, если уровень инфляции (индекс потребительских цен), определенный в прогнозе социально-экономического развития Российской Федерации, не превышает в расчетном периоде регулирования 12% в год.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О теплоснабжении» от 27.07.2010г. №190-ФЗ.
2. Постановления Правительства РФ «Основы ценообразования в отношении электрической и тепловой энергии в РФ» от 26.02.2004 г. №109.
3. Постановление Правительства РФ «О ценообразовании в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике» от 29 декабря 2011 г. №1178.
4. Постановление Правительства РФ «О ценообразовании в сфере теплоснабжения» от 22 октября 2012 г. №1075.
5. Приказ ФСТ РФ «Методические указания по расчету регулируемых тарифов и цен на электрическую (тепловую) энергию на розничном (потребительском) рынке» №20-э/2 от 6.08.2004 г.
6. Приказ ФСТ РФ «Методические указания по регулированию тарифов с применением метода доходности инвестированного капитала» от 30 марта 2012 г. № 228-э.

*Кольцова Ю.А., студ.; рук. Ставровский Е.С., к.т.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ РАСЧЕТА НОРМАТИВНОГО ЗАПАСА ТОПЛИВА НА ЭЛЕКТРОСТАНЦИИ

Порядок расчёта и обоснования нормативов создания запасов топлива устанавливает основные требования к нормированию технологических запасов топлива при производстве электрической и тепловой энергии.

Расчет нормативов создания запасов топлива на тепловых электростанциях и котельных осуществляется в соответствии с «Инструкцией по организации в Минэнерго России работы по расчету и обоснованию нормативов создания запасов топлива на тепловых электростанциях и котельных», утвержденной приказом Министерства энергетики РФ от 4 сентября 2008 г. № 66.

Норматив создания технологических запасов топлива на электростанциях является общим нормативным запасом топлива (ОНЗТ). Определяется как сумма объемов неснижаемого нормативного запаса топлива (ННЗТ) и нормативного эксплуатационного запаса основного или резервного видов топлива (НЭЗТ).

Расчет ННЗТ производится для электростанций и котельных по каждому виду топлива отдельно. Неснижаемый нормативный запас топлива для электростанций и котельных, сжигающих уголь, мазут и дизельное топливо, обеспечивает работу тепловых электростанций в режиме выживания в течение семи суток, а для тепловых электростанций и котельных, сжигающих газ, - трех суток[1]. Для электростанций и котельных, работающих на газе он устанавливается по резервному топливу.

Определение нормативов осуществляется на основании следующих данных:

- о фактическом (основном) и резервном топливе, его характеристика и структура на 1 октября последнего отчетного года;
- способов и времени доставки топлива;
- о вместимости складов для твердого топлива и объеме емкостей для жидкого топлива;
- показателей среднесуточного расхода топлива в наиболее холодное расчетное время года предшествующих периодов;
- технологической схемы и состава оборудования, обеспечивающих работу электростанции в режиме "выживания";
- перечня не отключаемых внешних потребителей тепловой энергии;

- расчета минимально необходимой тепловой нагрузки для собственных нужд электростанции;
- обоснования принимаемых коэффициентов для определения нормативов запасов топлива на электростанциях;
- размера норматива запаса топлива (ОНЗТ) с разбивкой на неснижаемый норматив запаса топлива (ННЗТ) и норматив эксплуатационного запаса топлива (НЭЗТ), утвержденного на предшествующий планируемый год;
- фактического использования топлива из ОНЗТ с выделением НЭЗТ за последний отчетный год.

Неснижаемый нормативный запас топлива обеспечивает работу электростанции в режиме "выживания" т.е. с минимальной расчётной электрической и тепловой нагрузкой по условиям самого холодного месяца года и составом оборудования, позволяющим поддерживать плюсовые температуры в главном корпусе, вспомогательных зданиях и сооружениях [2].

Нормативный эксплуатационный запас топлива необходим для надёжной и стабильной работы электростанций и обеспечивает плановую выработку электрической и тепловой энергии.

Библиографический список

1. Приказ Министерства энергетики РФ от 4 сентября 2008 г. N 66 «Об организации в Министерстве энергетики Российской Федерации работы по утверждению нормативов создания запасов топлива на тепловых электростанциях и котельных».
2. Запасы топлива на тепловых электростанциях (ТЭС) и котельных [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://normaexpert.ru/direction/4-zapasi-topliva.html>

*Луценко И.В., студ.; рук. Ставровский Е.С., к.т.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ В ГЛАВНОМ УПРАВЛЕНИИ ОАО «ТГК-2» ПО ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

Энергоресурсосбережение является одной из самых серьезных задач XXI века. От результатов решения этой проблемы зависит место нашего общества в ряду развитых в экономическом отношении стран и уровень жизни граждан.

В ходе проработки выбранной темы был изучен достаточно большой объем информации, посвященной анализу и оценке энергосбережения, энергоэффективности и способам ее повышения. Данные материалы помогли усвоению и пониманию основных понятий энергосбережения,

таких как программа энергосбережения, энергетический паспорт, энергетическое обследование, энергетическое планирование.

Энергосбережение – реализация организационных, правовых, технических, технологических, экономических и иных мер, направленных на уменьшение объема используемых энергетических ресурсов при сохранении соответствующего полезного эффекта от их использования (в том числе объема произведенной продукции, выполненных работ, оказанных услуг) [1]. Для решения проблемы энергосбережения 23.11.2009 г. был принят Федеральный закон N 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Важное место в вопросе о повышении энергоэффективности занимает такое понятие, как «энергетическое обследование». Энергетическое обследование - сбор и обработка информации об использовании энергетических ресурсов в целях получения достоверной информации об объеме используемых энергетических ресурсов, о показателях энергетической эффективности, выявления возможностей энергосбережения и повышения энергетической эффективности с отражением полученных результатов в энергетическом паспорте.

Программа энергосбережения – это документ, включающий в себя перечень энергосберегающих мероприятий для конкретного объекта, значения целевых показателей для него и информацию об источниках финансирования мероприятий программы.

Основой данного исследования было изучение и анализ деятельности Главного Управления ОАО «ТГК-2» по Ярославской области (г. Ярославль), которое занимается производством тепло- и электроэнергии. ОАО «Территориальная генерирующая компания №2» (ТГК-2) является крупнейшей теплоэнергетической компанией Севера России.

В состав Главного Управления ОАО «ТГК-2» по Ярославской области входят: Ярославская ТЭЦ-1; Ярославская ТЭЦ-2; Ярославская ТЭЦ-3; Ярославские тепловые сети. Общая установленная электрическая мощность на 01.04.2008 г. – 801 МВт, тепловая – 4147 Гкал/час. На балансе находятся магистральные и тепловые сети в городе Ярославль общей протяженностью 234 км. [2].

Результаты расчетов показали, какие из планируемых энергосберегающих мероприятий в ГУ ОАО «ТГК-2» по Ярославской области окажутся более эффективными, какие менее, а какие вовсе убыточными. Проведение Реконструкция градирни ст. №3 на ТЭЦ-2 и Реконструкция системы питания трубопроводов 2-й очереди с заменой ПЭН №6 на ТЭЦ-2 – экономически невыгодно в настоящий момент времени, оно принесет

только убытки. Рекомендуется включить в программу энергосбережения мероприятия, которые относятся к быстрокупаемым [3]:

- Ввод в работу расширителя дренажей (РДр) 4-й очереди на ТЭЦ-2;
- Монтаж охладителей выпара деаэраторов на ДПС на ТЭЦ-1.

Анализ чувствительности показал, что объем капиталовложений - наиболее существенная для проекта исходная переменная, так при изменении его на 20 %, основные показатели также изменяются на величину около 20%, а при изменении ставки дисконтирования на 20%, показатели либо не изменяются (не зависят от нее), либо изменяются незначительно. Изменение объема капиталовложений должно контролироваться в первую очередь.

Энергосбережение является одним из главных рычагов подъема экономики, поэтому с помощью различных средств – планирования и внедрения энергосберегающих мероприятий, стимулирования персонала по результатам энергосбережения – необходимо всеми силами стремиться к повышению энергетической эффективности.

Библиографический список

1. Федеральный Закон «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» №261-ФЗ от 23.11.2009 г.
2. <http://www.tgc-2.ru>
3. Программа в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности ГУ ОАО «ТГК-2» по Ярославской области на 2010 – 2012 гг.

*Наумов Е.И., маг.; рук. Чернов С.С., к.э.н., доц.
(НГТУ, г. Новосибирск)*

РЕАЛИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОСРЕДСТВОМ ЭНЕРГОСЕРВИСНЫХ КОНТРАКТОВ

Успешная реализация программы энергосбережения и повышения энергоэффективности в настоящее время предполагает развитие с учетом активного привлечения заемного капитала с целью финансирования проектов, необходимых для снижения потребления энергии и повышения энергоэффективности. Одним из механизмов, который помогает привлекать частные инвестиции и делает процесс энергосбережения более эффективным и выгодным для инвестирования для всех заинтересованных сторон, являются энергосервисные контакты.

Энергосервисный контракт (ЭСК) или перформанс-контракты (ПК) – это основной механизм реализации потенциала энергосбережения и развития программ по повышению энергоэффективности. Это новый вид гражданско-правовых договоров, введенных ФЗ № 261 «Об энергоэффективности...», предметом которого является осуществление исполнителем действий, направленных на энергосбережение и повышение энергетической эффективности использования энергетических ресурсов заказчиком [6]. ЭСК – это совокупность действий по финансированию, приобретению, монтажу, наладке, обслуживании, ремонту энергосберегающего оборудования заказчика. Механизм основан на том, что энергосервисная компания (ЭСКО) несет расходы, на все перечисленные мероприятия, в обмен на часть сэкономленной величины, полученной в результате повышения эффективности использования энергии на объекте, в течение оговоренного договором времени (в среднем, срок действия контракта, в течение которого происходят выплаты, от 5 до 10 лет).

Таким образом, в отличие от обычного прямого подхода к энергосбережению, где энергосберегающие мероприятия, в основном, проходят в виде проведения энергоаудита, и реализации последующих проектов, ложится на сами предприятия или инициаторов энергосберегающих проектов. Подход на основе энергосервисных контрактов позволяет переложить весь комплекс мероприятий и возникающие при этом риски по достижению результатов на ЭСКО.

В нашей же стране существует несколько серьезных проблем, тормозящих развитие рынка энергосервисных контрактов. Основной из этих проблем выступает отсутствие полноты охвата вопроса, касающегося ЭСК в законодательстве, не позволяющая конкретно установить порядок взаимоотношения и права сторон. В некоторых аспектах сам закон об энергоэффективности не разъясняет правил применения договора, применительно к правам инвесторов, не устанавливая защиту их.

Касаемо различных сфер экономики, то и здесь наблюдается ряд проблем. В частном секторе кроме законодательных проблем стоит проблема отсутствия информации о ЭСК и возможности получения экономии части энергоресурсов. Также существует опасение в виду не изученности и новизны ЭСК – как инструмента для компаний. В муниципальной и бюджетной сфере проблемы определяются отсутствием лавирования бюджетного законодательства, так как существует определенный порядок распределения бюджетных средств. А также как и в частном секторе, нежелание и не готовность руководителей работать с чем-то новым и по другим, ранее не проработанным схемам.

В обществе на сегодняшний день присутствует недооценка ЭСК, хотя во всех индустриально развитых странах мира они считаются одним из

реальных механизмов развития энергосбережения повышения энергоэффективности. Исключение и корректировка недочетов в законодательстве, и раскрытие их преимуществ перед потенциальными участниками позволит в будущем сформировать достаточно полный по своему содержанию рынок ЭСК, который способствует реализации энергосбережения во всех секторах экономики.

На базе существующего развития ЭСК, а также всех существующих методов и механизмов реализации этого процесса, можно выделить основные группы проблем, согласно **табл. 1**.

Таблица 1
Основные группы проблем ЭСКО

Группа проблем	Проблема
Концептуальные	Деятельность ЭСКО ограничена несколькими пилотными проектами, выполненными по инициативе иностранных компаний Недоверие к энергосервисному контракту ввиду непонимания механизмов работы Отсутствие финансовых и страховых продуктов, разработанных специально под ЭСК Слабое нормативно-правовое обеспечение
Методологические	Сложность отделения эффекта энергосберегающего мероприятия от внешних факторов Жесткие рамки в обязанностях исполнителя – с довольно размытыми обязанностями заказчика
Законодательный барьер	Отсутствие полноценного реализованного ЭСК по причине недостаточной законодательной базы, а также отсутствия практического опыта и базы сравнения по РФ Отсутствие регулирующих и контролирующих органов за исполнением предписаний закона Сложность заключения многолетних контрактов в бюджетной сфере
Слабое стимулирование	Трудности доступа к источникам финансирования Отсутствие возможностей по привлечению долгосрочных займов Низкая мотивация исполнителей со стороны заказчиков
Особенности менталитета	Зарубежные модели нуждаются в адаптации к российским условиям Слабое отношение представителей администраций к предложениям энергосервисных компаний (ждут государственных инвестиций на реализацию программ энергосбережения)
Возникающие риски	Риски выбора некомпетентной энергосервисной компании Присутствует значительный риск неплатежеспособности заказчика Технические риски объединены с экономическими и финансовыми. Высокие риски предоставления низкокачественных услуг энергоаудита в силу малого специализированного опыта у сотрудников компании – энергоаудитора

Как мы видим, существует большое количество проблем, возникающих в связи с деятельностью энергосервисных компаний и в целом по механизму реализации ЭСК

Три года крайне малый срок для решения всех возникающих проблем по реализации энергосервисных контрактов и привлечения частного капитала к выполнению программ экономии ресурсов. За это время развернулась довольно значительная работа по установке приборов учета и паспортизации предприятий и организаций. Это, безусловно, существенное достижение, косвенно ликвидирующее огромные пробелы в документации, приводящее в порядок данные по энергопотреблению предприятий, снижающее стартовые затраты для энергосервисных компаний по входу на объекты и создающее базу для нормального движения вперед. Остается лишь надеяться, что в ближайшее время государство вернется к теме реализации закона № 261-ФЗ и внесет необходимые поправки и дополнения, касающиеся механизмов реализации инвестиционных энергосервисных контрактов и предоставления гарантий государства по ним. Это позволит новому формирующемуся бизнесу энергосервисных компаний получить мощный импульс к дальнейшему развитию.

Никифорова Д.В., асп., Дмитриева С.О., Гудкова Е.Е., студ.;
рук. Кетоева Н.Л., к.э.н, доц.
(НИУ «МЭИ», г. Москва)

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ПЕТРОТЕРМАЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ

Во всем мире ежегодно наблюдается устойчивая тенденция к увеличению доли ВИЭ в энергетическом балансе. Перспективы использования возобновляемых источников энергии связаны с их экологической чистотой, низкой стоимостью эксплуатации и ожидаемым топливным дефицитом в традиционной энергетике. По сравнению с США и странами ЕС использование возобновляемых источников энергии (ВИЭ) в России находится на низком уровне. Однако, в последнее время интерес к альтернативным источникам энергии возрос. Согласно принятому 23 ноября 2009 г. ФЗ №261 «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» планируется увеличение доли ВИЭ в энергобалансе страны с 0,5% до 4,5% [1].

Геотермальная энергетика является одним из наиболее перспективных направлений развития ВИЭ. Геотермальные ресурсы подразделяются на гидротермальные и петротермальные. Первые из них представлены

теплоносителями-флюидами – подземными водами, паром и пароводяной смесью [2]. Вторые представляют собой энергию, содержащуюся в горячих горных породах, нагреваемых за счет глубинного кондуктивного теплового потока. Гидротермальные ресурсы составляют лишь 1% от общих ресурсов геотермальной энергии, но, в силу относительной технологической простоты их извлечения, их использование началось более ста лет назад и с успехом продолжается до настоящего времени. В мире в настоящее время также широко используется петротермальная энергия неглубоких скважин (до 1 км), в которых устанавливаются скважинные теплообменники, работающие на жидкостях с низкой температурой кипения (фреон) с целью обеспечения домов электричеством, ГВС и отоплением. Петротермальная энергия глубоких скважин почти не используется. Главной проблемой является дороговизна процесса бурения скважины. Именно поэтому необходимо внедрение инноваций, которые бы способствовали улучшению процесса бурения и уменьшению его стоимости. Различные исследования в области петротермальной энергии глубоких скважин по причине ее малой изученности являются особенно актуальными. В рамках научной работы авторами было принято решение оценить инновационную активность петротермальной технологии.

Инновационную активность мы определяем как экономическую категорию, характеризующую интенсивную и результативную инновационную деятельность, обусловленную необходимостью повышения эффективности, энергетической надежности и безопасности производства электрической и тепловой энергии и основанную на высоком уровне восприимчивости к нововведениям, активной мобилизации инновационно-инвестиционного потенциала.

На инновационную активность петротермальной технологии оказывают влияние различные факторы: внутренние, внешние, глобальные, региональные, местные и т.д. Научной группой было предложено провести оценку инновационной активности по косвенным признакам, таким как [3]:

1. Надежность – признак, характеризующий способность сохранять установленные для техники и технологии функции в течение определенного промежутка времени без потери изначально заданных характеристик.

2. Экономичность – признак, отражающий уровень экономии невозобновляемых энергоносителей, а также трудовых ресурсов, как на стадии создания, так и на стадии использования инновационной техники и технологии.

3. Экологичность – признак, характеризующий способность оборудования на основе инновации наносить минимальный ущерб окружающей среде при оптимальном использовании ресурсов.

4. Цена потребления инновационной технологии – признак, отражающий в совокупности капитальные вложения в инновационную технику и технологию, а также эксплуатационные издержки.

5. Уровень НИОКР – признак, отражающий потенциал инновации к разработке, промышленному освоению, распространению и серийному производству.

6. Риски создания и внедрения.

7. Конкурентоспособность – признак, отражающий уникальность инновационной техники и технологии, отсутствие ее аналогов.

По результатам проведенной оценки научной группой была построена графическая шкала балльной оценки, представленная на **рис. 1**. По приведенной графической шкале можно судить о высоком уровне инновационной технологии (зеленая область), сравнивая полученные данные с идеальными (красная линия). Красная область на графике – потенциал повышения инновационной активности петротермальной технологии. Также были сделаны выводы и предложены мероприятия по повышению инновационной активности петротермальной технологии, представленные в **табл. 1**.

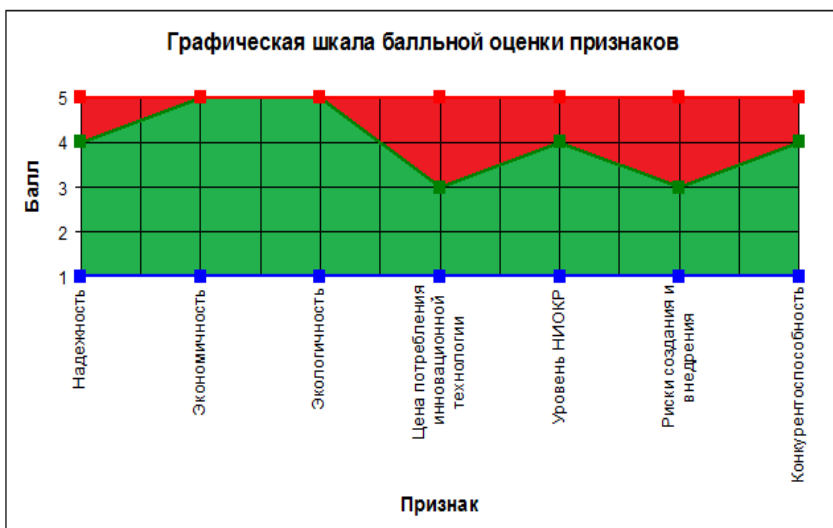


Рис. 1. Графическая шкала балльной оценки петротермальной технологии

Таблица 1

Комплекс мероприятий по повышению инновационной активности

Группы мероприятий	Государственный уровень
1. Меры стимулирования и продвижения	– разработка системы поощрений внедрения инноваций в энергетику; – снижение процентных ставок по кредитам для НИОКР в области альтернативной энергетики.
2. Организационно-технические меры	– развитие инновационной инфраструктуры; – развитие научно-технического потенциала; – поддержка экспертизы инновационных проектов.
3. Аналитические меры	– совершенствование методик оценки эффективности инвестиций в инновации.
4. Меры трансферта и содействия	– налаживание обмена передовым научно-техническим опытом с развитыми странами; – развитие информационной среды; – повышение восприимчивости энергетических компаний к инновациям.
5. Меры мобилизации ресурсов	– развитие фондов содействия инновациям в сфере альтернативной энергетики.
6. Меры снижения риска	– повышение социально-экономической стабильности стране – участие в частичном разделении рисков с компаниями, реализующими инновационные проекты

В дальнейшем научная группа планирует продолжить исследование петротермальной технологии в рамках более подробного определения ее конкурентоспособности и инновационного потенциала, а также разработать стратегию развития петротермальной энергетики в РФ.

Библиографический список

1. Нетрадиционная энергетика против природного газа [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pro-gas.ru>
2. Использование геотермических методов исследования недр при поиске и прогнозировании петротермальных источников энергии / В.Р. Ахмедзянов, Е.Ф. Титова // Научный вестник МГТУ. 2010. №1.
3. Совершенствование методов оценки инновационной активности генерирующих энергетических компаний / И.А. Васильев // Дисс. ... канд. экон. наук. Иваново, 2010.

*Никифорова Д.В., асп.; Дмитриева С.О., Гудкова Е.Е., студ.;
рук. Кетоева Н.Л., к.э.н, доц.
(НИУ «МЭИ», г. Москва)*

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТОВ ПО АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЭНЕРГЕТИКЕ

За последние годы альтернативная энергетика стала одним из наиболее активно развивающихся направлений в мировой экономике. Развитие альтернативной энергетики в мире связано с ростом спроса на энергоносители (около 3% в год) и одновременным истощением запасов традиционных энергоресурсов, а также ухудшением экологической ситуации. Общее количество населения, занятого в секторе альтернативной энергетике, составило три миллиона человек, а инвестиции в данную сферу в мире составили 162 млрд долл. По данным аналитиков, до 2035-го года общие инвестиции в альтернативную энергетике составят около 5,7 трлн долл. [1].

Россия имеет большой потенциал для развития «зеленой» энергетики. Однако в РФ, как и практически в любой стране проекты возобновляемой энергетике сталкиваются с проблемами недостатка суммы капитала, условий и сроков предоставления заемного капитала, доступных финансовых решений.

Научной группой был выполнен сбор информации, проведен анализ и выделены следующие источники финансирования инвестиционных проектов в области альтернативной энергетике. Данные представлены в **табл. 1**.

Таблица 1

Источники финансирования инвестиционных проектов по альтернативной энергетике

Источник финансирования	Описание	Преимущества	Недостатки
Прямая господдержка	На финансирование проектов в области альтернативной энергетики в РФ до 2020 г. будет выделено 760 млрд рублей из средств бюджета Российской Федерации и субъектов Российской Федерации [2]. Большой частью в виде субсидий для реализации проектов, а также грантов на НИОКР	Средства предоставляются на безвозмездной основе	Длительный процесс предоставления средств Предоставляется компаниям, соответствующим определенным стандартам Средства должны использоваться строго по целевому назначению
Инвестиционное кредитование	Предоставление кредитных средств для реализации долгосрочных инвестиционных проектов компании. Предоставляется на срок от 3 до 10-15 лет. Возможна также отсрочка по выплате основного долга по кредиту в зависимости от финансовых показателей проекта. Ставка по кредиту от 11 до 24 %. Возможно получение кредита в любом крупном банке	Возможность привлечения средств в значительных масштабах	Срок использования ограничен договором страхования гарантий или залога Требуется уплата процентов Высокий уровень контроля над использованием средств
Кредитование за счет иностранных банков	Европейский Банк Реконструкции и Развития в России специализируется на кредитовании энергетики, транспорта, сельского хозяйства. Инвестиционное кредитование ЕБРР является строго целевым и, как правило, с участием в финансировании средств самого заемщика – в определенной доле (не менее четверти). Срок кредитования до 15 лет, возможно предоставление льготных периодов	Быстрота получения Возможность получения большого объема средства при наличии положительной кредитной истории	Увеличивается риск неплатежеспособности и банкротства Предусматривается специальный механизм контроля кредитора за целевым использованием средств, выделяемых на инвестиционный проект Требуется уплата процентов.

Продолжение табл. 1

Источник финансирования	Описание	Преимущества	Недостатки
Инвестиционный налоговый кредит	Согласно статье 66 Налогового кодекса РФ уменьшение платежей по налогу производится по каждому платежу соответствующего налога, по которому предоставлен инвестиционный налоговый кредит, за каждый отчетный период до тех пор, пока сумма, не уплаченная организацией в результате всех таких уменьшений (накопленная сумма кредита), не станет равной сумме кредита, предусмотренной соответствующим договором. В каждом отчетном периоде суммы, на которые уменьшаются платежи по налогу, не могут превышать 50 процентов размеров соответствующих платежей по налогу. Инвестиционный налоговый кредит может быть предоставлен на срок от одного года до пяти лет по налогу на прибыль организации, а также по региональным и местным налогам	Отсрочка по выплате налогов облегчает обслуживание кредита	Необходимость предоставления соответствующих гарантий или залога имущества Осуществляется внешний контроль (со стороны кредитора) за эффективностью инвестиционной деятельности
Налоговые льготы	Для успешного развития альтернативной энергетики субъекты РФ предлагают снижение на 4,5% ставки налога на прибыль для компаний, которые будут вырабатывать в регионах электрическую и тепловую энергию на возобновляемых источниках	Снижение налогов способствует развитию альтернативной энергетики	Не все субъекты готовы снижать ставку налога на прибыль
Создание АО	Реализация проекта за счет средств акционеров	Снижение риска путем распределения его среди большего числа акционеров Срок привлечения средств неограничен	Сбор средств занимает значительное время Наличие эмиссионных расходов Частичная утрата контроля над предприятием (проектом)

Окончание табл. 1

Источник финансирования	Описание	Преимущества	Недостатки
Лизинг	Это передача имущества во временное пользование на условиях срочности, платности, возвратности. Объектами лизинга может быть оборудование, здания, сооружения, транспорт и др.	Быстрота получения средств Договоры лизинга гибкие и индивидуальные Лизинговые платежи отражены в себестоимости, т.е. до налогообложения Отсутствие проблемы кредитных гарантий или залога	Уникальное оборудование в лизинг взять нельзя
Венчурное финансирование	Это долгосрочные (5-7 лет) высокорисковые инвестиции частного капитала в акционерный капитал вновь создаваемых малых высокотехнологичных перспективных компаний, ориентированных на разработку и производство наукоёмких продуктов, для их развития и расширения	Не требуется предоставление залога	Венчурные фонды слабо развиты в России Строгий отбор проектов для финансирования Из-за повышенных рисков средства предоставляются под большой процент

Каждый из предложенных вариантов финансирования инвестиционных проектов в области альтернативной энергетики имеет ряд преимуществ и недостатков, поэтому наиболее оптимальным будет вариант комбинирования нескольких источников финансирования.

Научной группой планируется наиболее подробно рассмотреть методы финансирования инвестиционных проектов на примере петротермальной энергии (энергии твердых горячих пород земных недр), так как она является одним из наиболее перспективных направлений развития альтернативной энергетики в России.

Библиографический список

1. Источники финансирования украинского рынка альтернативной энергетики // Экологические Системы. 2011. №11.
2. Государственная программа Российской Федерации «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на период до 2020 года».

*Шарафиева Г.А., студ.; рук. Дзинтер Н.В., ст. преп.
(УГАТУ, г. Уфа)*

РАВ-РЕГУЛИРОВАНИЕ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОГО СЕТЕВОГО КОМПЛЕКСА

Энергетика является базовым сектором экономики, обеспечивающим развитие всего хозяйства страны. Данная отрасль оказывает существенное влияние на развитие других отраслей и экономики в целом, а, значит, надежное и эффективное функционирование электроэнергетики является важнейшим фактором экономической и социальной стабильности государства.

В настоящее время в отрасли накопился ряд проблем, негативно влияющих на функционирование энергосистемы. К этим проблемам, в частности, относится высокая степень износа основных фондов и несоответствие производственного потенциала мировому научно-техническому уровню. Проблема высокой степени износа основного энергетического оборудования особенно остро стоит для распределительного сетевого комплекса России. Показатели износа в РФ 1,5-2 раза превышают аналогичные показатели в развивающихся странах (**рис. 1**).

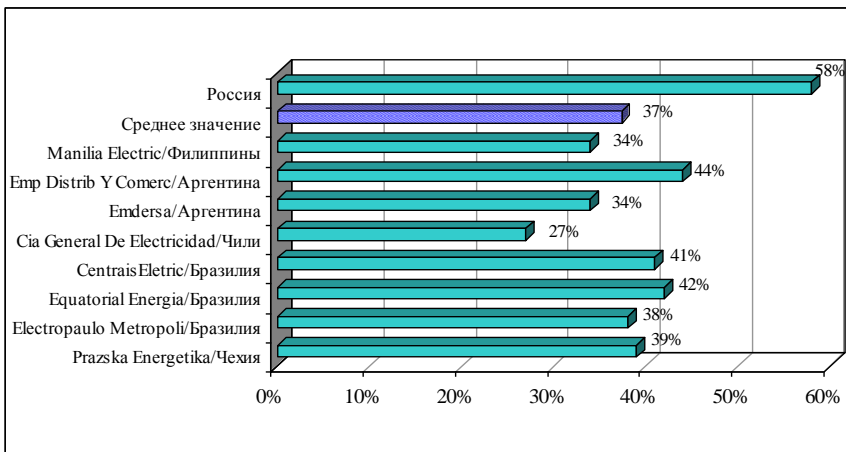


Рис. 1. Сравнение износа сетевого оборудования с зарубежными аналогами

По данным Министерства регионального развития РФ в среднем по России физический износ электрических сетей составляет 58%. Поэтому для развития распределительного сетевого комплекса России необходима разработка программ инновационного развития и обеспечения технического перевооружения, где важнейшим компонентом является привлечение инвестиций.

Известна система RAB-регулирования, которая решает поставленную задачу, привлекая инвестиции в электроэнергетику. RAB (Regulatory Asset Base – регулируемая база инвестированного капитала) – это система долгосрочного тарифообразования, основной целью которой является привлечение инвестиций в расширение и модернизацию инфраструктуры.

Термин RAB пришел в Россию из зарубежного опыта. Впервые методика тарифообразования на основе регулируемой базы инвестированного капитала была применена в конце 1980-х гг. в процессе приватизации электросетевого комплекса и либерализации рынка электроэнергии Великобритании. RAB-регулирование оказалось очень эффективным: энергокомпании существенно сократили свои издержки при одновременном увеличении инвестиций в отрасль, поэтому система RAB в большинстве стран мира считается образцом тарифного регулирования в первую очередь для распределительных электрических сетей, систем водоснабжения и связи.

Таким образом, для России система RAB относительно новая. Она пришла на смену системе «затраты плюс», которая в условиях естественной монополизации сетевых компаний оказалась малоэффективной по ряду причин:

- монополия не заинтересована в снижении издержек и повышении качества оказываемых услуг;
- источники инвестиций – только амортизация и прибыль текущего года;
- регулирование надежности и качества обслуживания потребителей отсутствует.

Новая парадигма регулирования – поставить монополию в такие условия, чтобы она вела себя как конкурентная компания. Но чтобы понять, за счет чего RAB решает названный ряд проблем, необходимо разработать методику расчета тарифа в новой системе (**рис. 2**).

Необходимая валовая выручка (НВВ), согласно данному методу тарифного регулирования, включает в себя возврат инвестированного капитала, операционные расходы и доход на инвестированный капитал, поэтому ее размер должен быть достаточен для того, чтобы акционеры и инвесторы вернули весь инвестированный капитал в долгосрочном периоде (в срок до 35 лет). В первые годы действия RAB-регулирования на

первоначальный капитал начисляется совсем небольшой доход, фактически только покрывающий амортизацию оборудования сетевой компании.

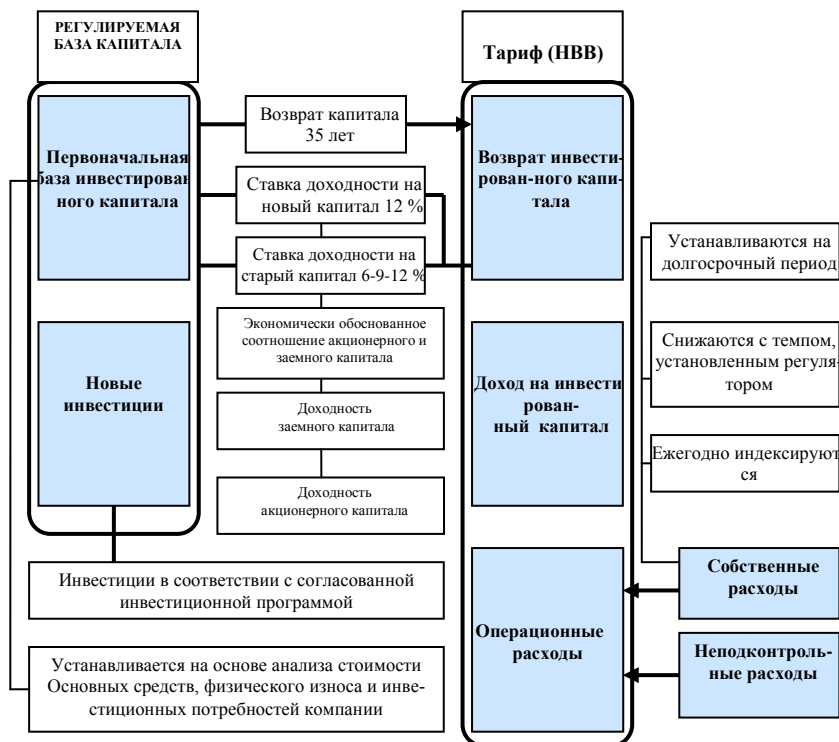


Рис. 2. Механизм установления тарифной выручки по методике RAB

Основой для расчета тарифа является инвестированный капитал, состоящий из первоначальной базы капитала и нового инвестированного капитала. Первая составляющая есть стоимость активов сетевой компании до внедрения RAB, оцениваемая независимым аудитором. Вторая – согласованная с Федеральной службой по тарифам (ФСТ) и органами исполнительной власти субъектов РФ в области государственного регулирования тарифов (РЭК) инвестиционная программа, осуществляемая собственником.

В соответствии с действующим законодательством РФ период возврата нового инвестированного капитала RAB составляет 35 лет, а первоначального – на основе анализа стоимости основных средств физического износа и инвестиционных потребностей компании.

1 января 2009 года в соответствии со стратегией развития распределительного сетевого комплекса России осуществлен переход по 9-ти «пилотным» проектам на систему регулирования тарифов на передачу электроэнергии по методу RAB в филиалах ОАО «МРСК Центра и Приволжья». Результат перехода на RAB в виде прироста НВВ можно увидеть на **рис. 3**.

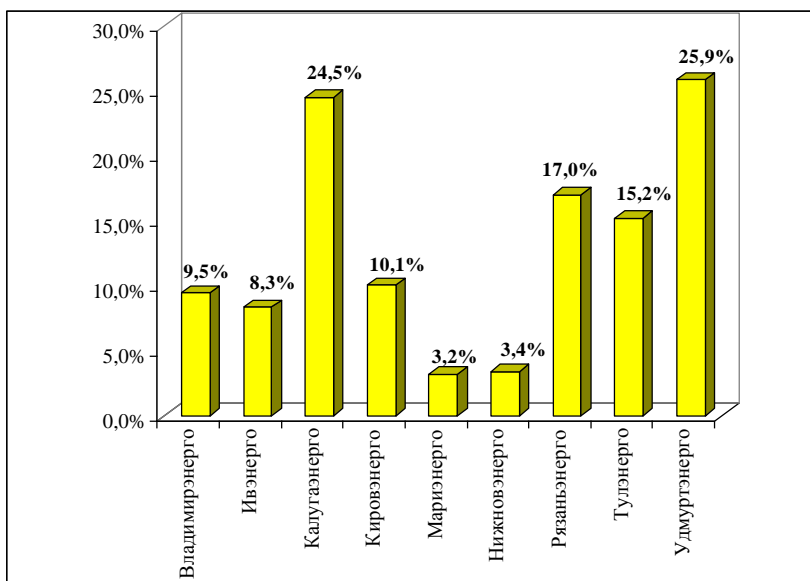


Рис. 3. Рост НВВ в 2009-2011 г.г. в филиалах **ОАО «МРСК Центра и Приволжья»**

Согласно данным электросетевого комплекса ОАО «МРСК Центра и Приволжья», переход на RAB позволил обеспечить прирост НВВ на содержание сетей в 2011 году на 35,1 % по сравнению с 2010 годом.

Надо учесть, что основным недостатком системы является неизбежный рост тарифов сетевых компаний. С точки зрения потребителя, обеспечивать за свои средства инвестирование в отрасль несправедливо, но получать услугу у другого поставщика с иной ценовой политикой не представляется возможным. Изменение значений средних тарифов за 1 кВт*ч в предприятиях, перешедших на RAB, показано в **табл. 1**.

Таблица 1

Средние тарифы в филиалах ОАО «МРСК Центра и Приволжья»

Филиал	Средний тариф 2009 г., коп./кВтч	Средний тариф 2010 г., коп./кВтч	Средний тариф 2011 г., коп./кВтч	Рост 2010/2009 гг., %	Рост 2011/2010 гг., %
Владимирэнерго	87,3	107,3	138,9	23	29,4
Ивэнерго	49,9	64,8	78,5	29,8	21,2
Калугаэнерго	102,8	129,3	176,1	25,8	36,2
Кировэнерго	72,9	91,1	101,9	24,9	11,9
Мариэнерго	83,2	108,2	141,9	30,1	31,1
Нижновэнерго	98,6	121,6	147	23,3	20,9
Рязаньэнерго	74,2	92,6	133	24,8	43,6
Тулэнерго	94,2	108,3	124,5	14,9	15
Удмуртэнерго	57,4	80	99,4	39,5	24,2
ОАО «МРСК Центра и Приволжья»	83,5	104,15	129,54	24,7	24,4

Согласно приведенным данным, прирост тарифов составил от 11,9 до 43,6%. Но в то же время надо отметить положительный аспект для потребителя, что от внедрения РAB повышается надежность и качество предоставляемых услуг за счет новых инвестиций. Таким образом, на сегодняшний день РAB-регулирование тарифов оценивается как достаточно перспективный и эффективный метод аккумулирования финансовых средств для развития электросетевого бизнеса.

Библиографический список

1. **Оклей П.И.** Оценка эффективности инвестиционных проектов на электросетевых предприятиях в новых условиях тарифного регулирования // Промышленное развитие России: проблемы и перспективы: сборник статей по материалам VIII Международной научно-практической конференции преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов, студентов: в 4 т. Нижний Новгород: ВГИПУ, 2010.
2. **Оклей П.И., Лозенко В.К.** Система инвестиционной деятельности регионального электросетевого комплекса; под. общ. ред. проф. В.Д. Фетисова // Радиоэлектроника, электроника и энергетика: материалы 15-ой Междунар. науч.-тех. конф. студентов и аспирантов. М.: Издательский дом МЭИ, 2009.
3. <http://www.mrsk-cp.ru>

СЕКЦИЯ 33 ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

*Председатель – зав. кафедрой общей экономической
теории, д.э.н., проф. Н.Р. ТЕРЕХОВА
Секретарь – инж. Л.Н. ЛЕБЕДЕВА*

*Ашмарина Н., студ.; рук. Сафонова О.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИИ НА 2012 ГОД

ВВП

Рост ВВП России в 2012 году, по предварительной оценке, составил 3,4% и оказался ниже официального прогноза и оценки правительства в 3,5%, сообщил Росстат. Таким образом, рост российской экономики в прошлом году замедлился по сравнению с 2011 годом, когда рост ВВП составил 4,3%.

«Объем ВВП России за 2012 год, по предварительной оценке, составил в текущих ценах 62 трлн. 356,9 млрд. рублей. Индекс физического объема ВВП относительно 2011 года составил 103,4%», — сообщает Росстат.

Так, в первом квартале рост экономики составил 4,9%. Данный показатель превысил значение IV квартала 2011 года (4,8%), а также значительно превзошёл прогнозы как российских (4,0%), так и зарубежных экспертов, которых удивила устойчивость российской экономики по отношению к продолжающейся рецессии в странах Евросоюза и Еврозоны. Последнее объяснялось продолжающимся подъёмом внутрироссийского спроса, который стимулировал российскую экономику на протяжении всего 2012 года и отчасти компенсировал негативные моменты внешне-экономической конъюнктуры. В дальнейшем темпы прироста ВВП сокращались: во II квартале они составили +4,0%, в целом за первое полугодие 2012 года +4,5%. В III квартале 2012 года произошло дальнейшее снижение темпов роста экономики (+2,9%). Темпы прироста ВВП страны в IV квартале 2012 года сократились, но продолжали оставаться положительными (+2,2%) относительно соотв. периода 2011 г. Прирост промышленного производства составил в январе-ноябре 2012 г. +2,7%, за

весь год +2,6%. На протяжении всего года отмечался быстрый, хотя и постепенно понижающийся темп роста объемов розничной торговли. Даже в декабре 2012 года её прирост составил (+5,0%).

В октябре 2012 г. Специалисты Всемирного банка опубликовали прогноз изменения ВВП во многих странах мира. Главным трендом этого прогноза стало глобальное снижение роста. Россия оказалась среди большинства стран, рост ВВП которых по итогам текущего года и года 2013 должен снизиться. Согласно ранним прогностическим оценкам рост ВВП в Российской Федерации должен был составить около 3,8%, однако в течение года Всемирный Банк изменил свою оценку и высказал мнение о том, что годовой рост составит не более 3,5% за 2012 год. В следующем году специалисты ВБ прогнозируют сокращение роста ВВП России до 3,6% при первоначальном прогнозе на уровне 4,1-4,2%.

Если обратить внимание на прогнозируемое торможение роста российского ВВП на 0,3% за год, то эта визуально совсем небольшая цифра может первоначально не вызвать опасений, однако в экономике любое торможение имеет свои причины, как и следствия, способные проявиться уже в скором будущем.

Для начала нужно сравнить показатели российского роста ВВП за 2012 год с показателями роста за предыдущие годы, а также с показателями других стран мира. В первом случае сравнение выглядит явно не утешительным. Дело в том, что 3,4%-ный рост является самым низким показателем роста ВВП за последние полтора десятка лет, если, конечно, не рассматривать дефолтный 1998-й и пиковый с точки зрения экономического кризиса 2009-й. Но если с дефолтом и кризисом вроде бы всё понятно, то что же сегодня мешает российской экономике достигать намеченной планки роста? Казалось бы, цены на нефть уже давно не опускаются ниже уровня 105\$ долларов. Последние месяцы цена ушла за отметку в 110 \$ за бочку нефти. Но даже этот нефтяной позитив странным образом не позволяет российской экономической системе рвануть ввысь, демонстрируя серьезный рост. Какой же может быть причина такого положения вещей?

Эксперты Всемирного Банка, как и целый ряд российских экономических специалистов, называют сразу несколько предпосылок падения уровня экономического роста в России.

Предпосылка первая связана с тем, что Россия всё больше входит в систему глобальной экономики. Недавнее вступление России во Всемирную Торговую Организацию подтверждает этот факт. Мировая экономическая конъюнктура сегодня такова, что достаточно существенный рост демонстрируют лишь те государства мира, экономика которых дальше падать просто некуда. Во всех государствах мира, которые имеют статус

развитых или же активно развивающихся, темпы роста экономики в этом году замедляются. Даже Китай, который все последние годы поражал мир двузначными числами экономического роста, достаточно неожиданно пошел вниз и в текущем году продемонстрирует, по версии Госбюро статистики Китая, рост в 7,6%, а по версии Всемирного Банка не более 7,4% (как видно, оценки весьма близкие). Если говорить о других странах БРИКС, то в Индии рост сократился до 6,1% в годовом исчислении, рост в Южно-Африканской Республике – не превысит 3,2%, бразильские показатели – 3,4-3,5% при 7,5%-ном росте в 2010 году.

Предпосылка вторая связана именно с тем, что такие решения в российском Правительстве стараются отложить «на потом». Другими словами, всё то, что может сегодня простимулировать экономический рост, выглядит достаточно агрессивным в отношении объявленной государством социальной политики. Стимуляция экономического роста, очевидно, может быть сопряжена с дополнительными вложениями в реальный сектор экономики, но пока сделать такие вложения полномасштабными Россия не может себе позволить. Причина тому заключается в необходимости урезания финансирования государственных программ социального значения, а это урезание может спровоцировать недовольство граждан и протестные отношения в обществе.

Безусловно, негативные изменения в российской экономике, как составной части экономики глобальной, способны привести к отрицательным последствиям в жизни страны. Необходимо переходить к использованию новых рычагов стимулирования экономики. Одним из таких рычагов может стать торговая интеграция со своими ближайшими соседями. Взаимовыгодное экономическое сотрудничество с Казахстаном, Украиной, Белоруссией вполне способно подстегнуть открытие новых рабочих мест, что уже само по себе способно потащить российскую экономику вперед. Кроме того, рычагом развития может стать развитие банковской и страховой систем в Российской Федерации. Помочь увеличить темпы роста может региональное развитие. В частности, богатства одного только Дальнего Востока имеют такие масштабы, что их рациональная и своевременная разработка позволит вдохнуть живительную силу в экономику столь крупного региона и привлечь колоссальные инвестиции.

Замедление роста в годовом исчислении во многом так же объясняется более высокой базой второй половины 2011 года. В третьем квартале 2011 года ВВП вырос на 5 процентов, тогда как во втором – лишь на 3,4 процента. С высокой базой как основной причиной замедления согласился ранее и замминистра экономического развития Андрей Клепач.

На экономику страны оказали положительное влияние дополнительные меры финансового стимулирования в первом квартале, в рамках которых была значительно увеличена заработная плата государственных

служащих. Вместе с тем, резкий рост покупательной способности населения, возможно, связан с искусственным падением инфляции в результате сдерживания роста тарифов на жилищно-коммунальные услуги, которые, как правило, пересматриваются в январе. В 2012 году, однако, из-за президентских выборов, прошедших в марте, пересмотр тарифов был отложен до июля.

Проблемы еврозоны продолжили оказывать негативное влияние на развитие российской экономики в течение всего 2012 года, провоцируя замедление экспортной активности, а также снижение объемов прямых иностранных инвестиций и других источников притока капитала. В марте и апреле замедлился рост промышленного производства, а падение уровня мирового спроса оказывает негативное влияние на деловую активность в отраслях экономики, более подверженных внешним рискам.

Инвестиции

Объем иностранных инвестиций, поступивших в Россию за первые девять месяцев 2012 года, составил 114,5 миллиарда долларов, что на 14,4 процента меньше, чем за тот же период годом ранее. Об этом сообщается в материалах Росстата. При этом объем погашенных инвестиций, то есть тех, которые сначала поступили в страну, а потом были выведены, составил 99,7 миллиарда долларов. Таким образом, объем чистых инвестиций в российскую экономику за девять месяцев составил 14,8 миллиарда долларов.

Лидерами по инвестированию в РФ оказались:

- Голландия (15,7 миллиарда долларов),
- Кипр (11,8 миллиарда долларов) и
- Великобритания (10,6 миллиарда долларов).

В целом по состоянию на конец сентября 2012 года накопленный зарубежный капитал в российской экономике вырос на 9,3 процента до 353,3 миллиарда долларов.

Российские инвестиции за рубеж, напротив, выросли: в январе-сентябре из РФ за границу направлено 109,4 миллиарда рублей, из них погашенные инвестиции составили 101,3 миллиарда долларов. И направленные, и погашенные инвестиции выросли в среднем на 13 процентов. Объем накопленных за рубежом вложений из России на конец сентября 2012 года составил 119,2 миллиарда долларов.

Лидерами по привлечению российских инвестиций являются:

- Швейцария (38,6 миллиарда долларов),
- Австрия (14,5 миллиарда долларов) и
- Кипр (10,8 миллиарда долларов).

В октябре 2012 года выступая на инвестиционном форуме "Россия зовет!", президент Владимир Путин заявил, что к 2015 году объем инве-

стиций в российскую экономику должен вырасти до 25 процентов ВВП, а к 2018 году - до 27 процентов ВВП. Для сравнения, по итогам 2011 года объем инвестиций в РФ, по данным Росстата, превысил 190 миллиардов долларов (5,7 триллиона рублей по курсу на начало 2012 года). Учитывая, что ВВП страны составил 54,369 триллиона рублей, инвестиции немалого превысили 9,5 процента ВВП.

В июле 2012 года в докладе Конференции ООН по торговле и развитию (United Nations Conference on Trade and Development, ЮНКТАД) отмечается увеличение объемов инвестиций в российскую экономику, а также повышение ее привлекательности для зарубежных компаний. Эксперты ЮНКТАД констатируют близкий к рекордному рост инвестиционных потоков в Россию.

По результатам опроса ЮНКТАД, Россия поделила с Германией восьмое место в списке государств, куда планируют вкладываться глобальные корпорации в 2012-2014 гг.

Зависимость экономики от цен на нефть

Экспортная пошлина на нефть в 2012 году держалась на уровне около 400 долларов за тонну нефти. Это означает, что за счет экспорта государственный бюджет получил только на пошлине на нефть в дальнейшем зарубежье приблизительно 84 миллиарда долларов (2,5 триллиона рублей). Для сравнения, общие доходы федерального бюджета (включая другие экспортные пошлины и налоги) в 2012 году составили 12,858 триллиона рублей.

В то же время признаки экономического спада, проявляющиеся в Германии и странах Скандинавии, а также падение роста в остальных странах Европы неизбежно приведут к ухудшению экономической ситуации в среднесрочной перспективе. Цены на нефть будут падать в течение ближайших лет, поскольку снижение объемов поставок с Ближнего Востока компенсируется ослаблением мирового спроса на нефть (**рис. 1**).

Если мировая экономика снова вступит в фазу рецессии, то это падение может оказаться еще более затяжным. Развитие экономики, обусловленное высокими нефтяными доходами, начинает замедляться – согласно прогнозам, в 2013 году рост ВВП сохранится на уровне 4,5% с последующим снижением до 3,5% в 2014–2015 годах. Из-за низкого уровня спроса в Европе (на основном рынке сбыта российской нефтегазовой продукции) в долгосрочной перспективе, а также потенциального снижения цен на нефть маловероятно, что темпы экономического роста в России смогут превысить уровень 7%, наблюдавшийся в 2003–2007 годах.

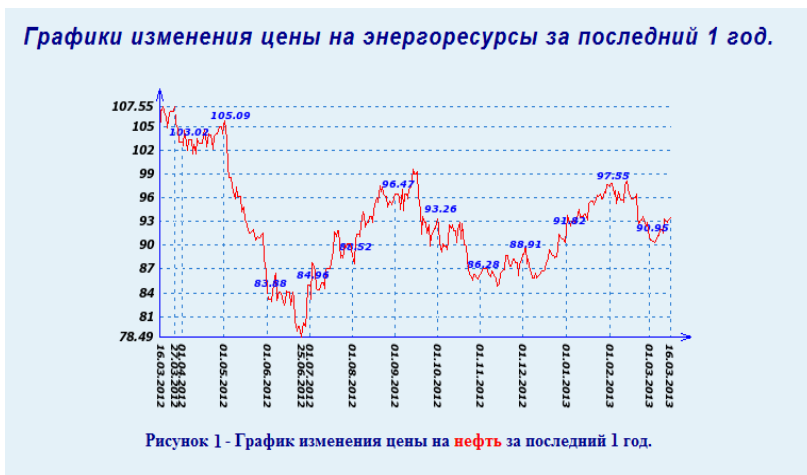


Рис. 1. Динамика изменения цен на энергоресурсы

Июнь 2011 г.: «В районе 2000 года расходы бюджета примерно балансировались при цене нефти ниже 30 долл. за баррель. Сегодня — при цене 118 долл. Добыча нефти не сократилась за этот период», — поясняет г-жа Волчкова, научный руководитель Центра экономических и финансовых исследований и разработок.

Более половины российского бюджета зависит от доходов нефтегазовой отрасли. В бюджет 2012г. уже заложена цена "черного золота" на уровне 100 долл. за баррель, в то время как в 2011 году изначально бюджет верстался из расчета стоимости нефти на уровне 70-80 долл. за баррель.

Библиографический список

1. http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Экономика_России
2. <http://www.ereport.ru/articles/weconomy/russia.htm>
3. <http://topwar.ru/19826-s-chem-svyazan-process-snizheniya-tempov-rosta-ekonomiki-rossii.html>
4. <http://www.top-rider.ru/2030-grafik-izmeneniya-ceni-na-energoresursi-za-poslednie-30-dnej.html>
5. http://ru.wikipedia.org/wiki/2012_год_в_экономике_России
6. <http://www.gks.ru/>

**Бакова А.А., студ.; рук. Терехова Н.Р., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)**

ГЛОБАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА СОХРАНЕНИЯ МИРА И ПУТИ ЕЁ РЕШЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Среди множества глобальных проблем человечества особое место занимает проблема сохранения мира. Суммарные потери в войнах последних трех столетий составили 101550000 человек. Более 90 % погибших в войнах и вооруженных конфликтах приходится на XX век [3].

Сущность проблемы заключается в обеспечении мира на Земле, предотвращении новых мировых войн и глобального ядерного конфликта [2].

Главная и *общая причина* возникновения этой проблемы связана с тем, что к настоящему времени в мире накоплены такие запасы оружия, которые способны в короткое время уничтожить человечество и все живое на Земле [2]. При этом во всех странах происходит постоянное увеличение расходов на вооружение и дальнейшее накопление оружия, что влечет за собой следующие негативные последствия:

- замедление экономического и технологического развития стран;
- увеличение бюджетных дефицитов;
- рост инфляции;
- увеличение внешней задолженности стран;
- отвлечение значительных людских и природных ресурсов от решения насущных социальных проблем.

В современном мире складывается парадоксальная ситуация: с одной стороны, экономические трудности и различные кризисные явления, усиление неустойчивости экономического роста, а с другой – постоянно нарастающий процесс милитаризации мировой экономики, выражающийся в высоких темпах роста военных расходов и значительное повышение доли этих расходов в бюджетах стран.

Главная причина возникновения рассматриваемой проблемы может быть конкретизирована с помощью следующих *частных причин*, основными из которых являются:

- усиление неравенства в уровне социально-экономического развития между промышленно развитыми и развивающимися странами;
- рост локальных и региональных конфликтов;
- усиление экономических, политических, социальных, культурных противоречий в обществе;
- борьба за первенство на мировой арене;
- развитие технологий создания оружия массового уничтожения.

Состояние рассматриваемой проблемы в странах мира характеризуется следующие статистические данные [1].

Так, в 2009 г. военные расходы в мире составили в общей сложности около 1531 млрд. долл. Это на 5,9 % больше, чем в 2008 г., и на 49 % больше, чем в 2000 г. Об этом сообщает пресс-служба Стокгольмского международного института исследования проблем мира СИПРИ (SIPRI) в связи с публикацией очередного ежегодника – SIPRI Yearbook 2010, посвященного тенденциями в сфере вооружения, разоружения и международной безопасности в мире.

По оценкам СИПРИ, страной с наибольшими военными расходами остаются США, на долю которых в 2009 г. пришлось 54 % роста мировых военных расходов. Затем следует Китай, Франция, Великобритания, а замыкает эту пятерку Россия.

В 2013 г. дела обстоят следующим образом. Палата представителей Конгресса США одобрила законопроект о военных расходах на 2013 финансовый год в размере 633 миллиарда долларов. Россия вышла на третье место на планете по объемам расходов на вооружение, опередив Великобританию и Францию. Об этом говорится в докладе вышеназванной организации СИПРИ. Согласно данным авторов доклада, в прошлом году объем расходов на вооружение вырос в РФ на 9,3 % и составил 71,9 млрд долл. Как указывает британская газета «Гардиан», Россия планирует увеличить свои военные расходы с 2013 до 2014 г на 53%.

Причиной увеличения военных расходов стран является расширение зон региональных и локальных конфликтов с применением военной силы, что заставляет многие страны поддерживать высокий уровень военных расходов в своих бюджетах.

С возникновением ядерного оружия возникла угроза уничтожения всей современной цивилизации. В одном ядерном заряде сконцентрирована огромная разрушительная сила (от одной бомбы, сброшенной на Хиросиму в 1945 г. погибло свыше 200 тыс. чел.).

Ядерными державами в настоящее время являются США, Великобритания, Франция, Китай, Россия, Иран, Ирак, КНДР, ЮАР, Япония, Тайвань, Бразилия, Аргентина.

Существуют и другие виды оружия массового поражения: химическое, бактериологическое, лазерное. Подсчитано, что на одного человека приходится 10 т взрывчатого вещества, ежедневные расходы на военные цели составляют 1 млрд. долл. Каждую минуту в мире тратится на гонку вооружений 2 млн. долл.

Испытания ядерного оружия, транспортировка и захоронение ядерного топлива имеют далеко идущие последствия: радиоактивное загрязнение океанов, землетрясения, разрушительные извержения вулканов,

ускоренное движение тектонических плит, осадки, несущие в себе вредные вещества.

Распространение ядерного оружия в таких нестабильных регионах, как Ближний Восток, Южная Азия, Африка может привести к усилению глобальной конфронтации.

Данные «Рейтинга стран по уровню воинственности», рассчитанные по Глобальному индексу Мира [3] показали, что Россия в представленном списке занимает 135 место с индексом 2,777. Она оказалась в десятке стран с самым низким индексом, определяющим степень мира внутри страны (60 % индекса) и уровень мирных отношений с другими странами (40 % индекса). В других странах ситуация выглядит следующим образом: США (индекс 2,227) находится на 97-м месте, Судан (индекс 3,189) на 138-м месте, Сомали (индекс 3,293) – на 139-м, Ирак (индекс 3,514) – на 140-м.

В настоящее время наиболее остро проблема сохранения мира проявляется в странах Ближнего и Среднего Востока, Азии и Африки. Ведутся гражданские войны в Сирии и Сомали, вооруженные конфликты происходят на границе Израиля с палестинским сектором Газа, в Ираке, Афганистане, на севере Турции, на юге России. Затяжные межэтнические и межконфессиональные конфликты происходят на юге Судана; в их основе лежат противоречия между мусульманами севера Судана и приверженцами христианской религии и традиционных верований на юге.

Следствием накопления конфликтного потенциала в странах и регионах, вызванного поляризацией доходов различных слоев населения, ростом бедности, социальной несправедливости, безработицы, хозяйственными диспропорциями и т.п., является постоянный рост военных расходов, который зачастую принимает характер и масштабы гонки вооружений.

Современное мировое сообщество делает все возможное для решения глобальной проблемы сохранения мира и для осуществления перехода от экономики вооружения к экономике разоружения. Новые подходы к проблемам безопасности и сохранения мира утвердились в мировом сообществе со второй половины 80-х гг. XX в.; они предполагают конкретные *пути решения* этой проблемы, каковыми в общем концептуальном виде являются:

1. Заключение международных соглашений по уничтожению бактериологического и химического оружия, по ограничению ядерных арсеналов.
2. Ликвидация конфликтующих политических блоков на мировой арене.

3. Преодоление экономического и культурного неравенства между народами, населяющими индустриально развитые страны Запада и Востока и развивающимися странами Азии, Африки и Латинской Америки.

4. Осуществление конверсии военного производства, предполагающей следующие необходимые меры, проводимые государством: а) правительственную помощь компаниям, где происходит крупная конверсия производства; б) повышение эффективности военной промышленности; в) снижение уровня привилегий оборонных предприятий, которые (привилегии) являются важным условием их выживания в рыночной экономике; г) стимулирование диверсификации деятельности оборонных предприятий, т.е. процесса увеличения доли гражданского производства в работе оборонных предприятий как посредством приобретения новых компаний, имеющих опыт работы в гражданских отраслях, но и направлением расходов на НИОКР в невоенные области.

Таким образом, в условиях проявления новых подходов к надежному обеспечению безопасности и сохранению мира вполне возможно перейти к широкомасштабному сокращению вооружений и вооруженных сил противостоящих ранее друг другу военно-политических блоков, а также рациональному проведению конверсии военного производства.

Однако следует отметить, что необходимость и целесообразность конверсии не воспринимаются в мире однозначно, т.к. на пути ее осуществления стоят экономические и социальные барьеры, хотя все страны понимают, что военные расходы существенно тормозят их экономическое и технологическое развитие.

Так, специалисты считают, что использование лишь 10 % мировых военных расходов на решение глобальных проблем положили бы конец массовому голоду, неграмотности, болезням, позволили бы преодолеть нищету и отсталость сотен миллионов людей, предотвратить экологическую катастрофу на планете [3].

В завершении хотелось бы отметить, что решение глобальной проблемы сохранения мира является непростой задачей, тесно взаимосвязано с разрешением и других глобальных проблем современности, проблем оптимального использования всех видов природных, материальных и финансовых ресурсов; только их комплексное решение позволит сохранить жизнь на Земле.

Библиографический список

1. <http://www.gsk.ru>
2. Курс экономической теории / под ред. М.Н. Чепурина, Е.А.Киселевой. Киров, 2002.
3. www.studracker.ru
4. www.rg.ru

*Власов Н., студ.; рук. Сафонова О.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Потребительская корзина – это некий набор товаров и услуг, обеспечивающих комфортное и полноценное проживание человека на протяжении года и удовлетворяющих его минимальные потребности. От состава потребительской корзины зависит напрямую и величина прожиточного минимума, который пересматривается каждый год в зависимости от уровня цен.

С 1 января 2013 года вступила в силу новая потребительская корзина, которая будет действовать до 2018 года.

В потребительскую корзину в первую очередь включены продукты питания, которые составляют около 50% ее стоимости (для сравнения, в странах Западной Европы, эта цифра не превышает 20%). Стоит упомянуть, что большинство российских семей тратят на продукты питания также больше половины семейного бюджета. Во вторую группу включены непродовольственные товары – одежда, обувь, головные уборы, белье, лекарства. Третья группа потребительской корзины состоит из услуг: коммунальные услуги, расходы на транспорт, культурные мероприятия и прочее.

Итак, если Вы посмотрите в приведенную ниже таблицу (**табл. 1**), где представлены продукты и услуги, входящие в потребительскую корзину на 2013 год, то убедитесь, что согласно расчетам правительства, трудоспособный гражданин, употребляет за год 100,4 кг. картофеля, 114,6 кг. овощей, 60 кг. свежих фруктов, 126,5 кг. хлеба и хлебобулочных изделий, 58,6 кг. мясных и 18,5 кг. рыбных продуктов соответственно. Услуги культуры составляют 5% от общей величины расходов в месяц.

Что это значит в расчете на одного человека в день? Это значит, что обычный среднестатистический гражданин Российской Федерации для нормального существования должен употреблять в день 300 г. хлеба, картошки – 280 г., овощей – 300 г., фруктов свежих – 160 г., сладкого – 60 г., молока и молочных продуктов – 800 г., масла растительного и жиров – 40 г. А также 1 раз в 2 дня съесть одно яйцо, довольствоваться в день 160 г. мяса, ну и употреблять за неделю 350 г. рыбы. Что касается культурного развития, то здесь трудоспособный российский гражданин имеет шанс на свой прожиточный минимум раз в месяц сходить в кино или театр, на большее для этих целей денег не предусмотрено.

Таблица 1
Потребительская корзина на 2013 г.

Наименование	Единица измерения	Объем потребления (в среднем на одного человека в год)		
		Трудоспособное население	пенсионеры	дети
<i>1. Продукты питания</i>				
Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупы, бобовые)	кг	126,5	98,2	76,6
Картофель	кг	100,4	80,0	88,1
Овощи и бахчевые	кг	114,6	98,0	112,5
Фрукты свежие	кг	60,0	45,0	118,1
Сахар и кондитерские изделия в пересчете на сахар	кг	23,8	21,2	21,8
Мясопродукты	кг	58,6	54,0	44,0
Рыбопродукты	кг	18,5	16,0	18,6
Молоко и молокопродукты в пересчете на молоко	кг	290,0	257,8	360,7
Яйца	штука	210,0	200,0	201,0
Масло растительное, маргарин и другие жиры	кг	11,0	10,0	5,0
Прочие продукты (соль, чай, специи)	кг	4,9	4,2	3,6
<i>2. Непродовольственные товары</i>				
Верхняя пальтовая группа	штук / лет	3/7,6	3/8,7	3/2,6
Верхняя костюмно-платьевая группа	штук / лет	8/4,2	8/5,0	11/2,0
Белье	штук / лет	9/2,4	10/2,9	11/1,8
Чулочно-носочные изделия	пар / лет	7/1,4	4/1,9	6/1,3
Головные уборы и галантерейные изделия	штук / лет	5/5,0	4/5,6	4/2,8
Обувь	пар / лет	6/3,2	6/3,5	7/1,8
Школьно-письменные товары	штук / лет	3/1,0	3/1,0	27/1,0
Постельное белье	штук / лет	14/7,0	14/7,0	14/7,0
Товары культурно-бытового и хозяйственного назначения	штук / лет	19/10,5	19/10,5	19/10,5
Предметы первой необходимости, санитарии и лекарства (в процентах от общей величины расходов на непродовольственные товары в месяц)	проц.	10	15	12

Окончание табл. 1

Наименование	Единица измерения	Объем потребления (в среднем на одного человека в год)		
		Трудоспособное население	пенсионеры	дети
<i>3. Услуги</i>				
Жилье	кв. м общей площади	18	18	18
Центральное отопление	Гкал в год	6,7	6,7	6,7
Холодное и горячее водоснабжение и водоотведение	л в сутки	285	285	285
Газоснабжение	куб. м в месяц	10	10	10
Электроэнергия	кВт-ч в месяц	50	50	50
Транспортные услуги	поездок в год	619	150	396
Услуги культуры (в процентах от общей величины расходов на услуги в месяц)	проц.	5	5	5
Другие виды услуг (в процентах от общей величины расходов на услуги в месяц)	проц.	15	15	15

*Готовцева Т.П., студ.; рук. Сафонова О.В., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ РОССИИ: ЦИФРЫ И ФАКТЫ

В табл. 1 приведена структура государственного внешнего долга Российской Федерации по состоянию на 1 января 2010 года.

В 2004-2008 годах, по поручению бывшего в то время президентом В.В. Путина, учитывая рост доходов России от экспорта нефти, связанный со стремительным ростом мировых цен на это сырьё, государственный долг стремительно сокращался. В результате длительных переговоров, к концу августа 2006 г. Россия осуществила досрочные выплаты 22,5 млрд долл. по кредитам Парижского клуба, после чего её государственный долг составил 53 млрд долл. (9 % ВВП).

Таблица 1[1]

Структура государственного внешнего долга по состоянию на 1 января 2010 года

Наименование	Сумма, млрд долл. США	Сумма, млрд евро
Государственный внешний долг Российской Федерации (включая обязательства бывшего СССР, принятые Российской Федерацией)	37,6	26,2
Задолженность перед официальными кредиторами — членами Парижского клуба	1,0	0,7
Задолженность перед официальными кредиторами — не членами Парижского клуба	1,8	1,3
Задолженность бывшим странам СЭВ	1,3	0,9
Коммерческая задолженность бывшего СССР	0,8	0,6
Задолженность перед международными финансовыми организациями	3,8	2,6
Задолженность по еврооблигационным займам	26,2	18,2
Задолженность по ОВГВЗ (облигации внутреннего государственного валютного займа)	1,8	1,2
Задолженность по гарантиям Российской Федерации в иностранной валюте	0,9	0,6

Пик российского государственного долга пришёлся на 1998 г. (146,4 % ВВП). На 1 января 2000 г., внешний долг достиг 158,7 млрд долл., а суммарный внешний и внутренний государственный долг составлял 84 % ВВП (табл. 2).

Таблица 2

Динамика государственного внешнего долга РФ в 1991-2011 гг.

Дата	Сумма, млрд долл. США
1991, 25 декабря	95,0
1997, 31 декабря	123,5
2000, 1 января	158,7
2001, 1 января	143,7
2002, 1 января	133,5
2003, 1 января	125,7
2004, 1 января	121,7
2005, 1 января	114,1
2006, 1 января	76,5
2007, 1 января	52,0
2008, 1 января	44,9
2009, 1 января	40,6
2010, 1 января	37,6
2011, 1 ноября	36,0

Для сравнения, по данным S&P за 2005 г., государственный долг Германии составлял 68 % ВВП, Франции — 66 %, США — 53 %, Вели-

Кобритании — 43 %, Норвегии — 36 %, Австралии — 12 %, Казахстана — 10 %, Гонконга — 2 %.

По данным Центрального Банка Российской Федерации, общий внешний долг России (частный и федеральный сектор) на 1 января 2009 г. составил 479,9 млрд долл. США. По данным Всемирного банка, внешний долг в первом квартале 2008 г. составляет 477 млрд долл. США. Общие выплаты в 2009 г. должны составить 141,0 млрд долл. США (из них только 5 млрд приходится на органы государственного управления), а в 2010 г. — 91,3 млрд.

Предлагаемые для использования в операциях по обслуживанию и погашению источники покрытия внешнего долга, можно классифицировать следующим образом:

1. наличные денежные средства;
2. государственные ценные бумаги;
3. корпоративные ценные бумаги;
4. товарные поставки;
5. долговые обязательства третьих сторон перед российским правительством;
6. иные государственные активы.

Важнейшим критерием для принятия решения об использовании того или иного средства платежа должно выступать соотношение их цен, как в момент платежа, так и в прогнозируемой перспективе. Рациональная стратегия заключается в том, чтобы в качестве средств платежа использовать в первую очередь активы, более дорогие в данный момент, но дешевеющие в перспективе. Использование активов, дешевых в настоящее время и дорожающих в перспективе, целесообразно откладывать до более позднего времени.

Для того чтобы последствия роста внутреннего долга для страны не стали слишком тяжелыми правительство должно предпринимать определенные меры по управлению долгом.

Это могут быть, во-первых, инфляция, во-вторых, введение специальных налогов и, в-третьих, секвестирование бюджета. Если государство финансирует дефицит бюджета путем выпуска денег, то это приводит к инфляции. Она обесценивает номинальный внутренний долг и процентные выплаты по нему. Более того, высокие темпы инфляции могут сделать процентные ставки по государственным ценным бумагам даже отрицательными. Однако такой ход событий может привести к гиперинфляции, которая разрушительная для экономики страны. Следует учитывать также, что значительная доля государственного долга сейчас представлена краткосрочными государственными бумагами, а в условиях инфляции при каждом новом выпуске государственных бумаг ставка дохода будет возрастать. Получили распространение также ценные бумаги с

плавающей процентной ставкой, которая изменяется при изменении ставки ссудного процента или учетной ставки. Это ограничивает возможности инфляции.

Введение специальных налогов или повышение налоговых ставок позволит в краткосрочном периоде увеличить доходы бюджета, а значит, уменьшить государственный долг. В долгосрочном временном интервале это может привести к сокращению производства, сужению базы налогообложения и, следовательно, к уменьшению налоговых поступлений в казну.

Как правило, сложившиеся формы государственного управления и взаимоотношений между членами общества определяют и особенности финансовой системы. В странах с социалистической экономикой в силу монопольной государственной собственности на средства производства и наличия мощного госаппарата, основной её задачей было обслуживание потребностей государственной власти. Государственные финансы подчиняли себе и средства предприятий и организаций, и даже сбережения населения.

Перемены в экономике России и её политическом строе, произошедшие в начале 90-х годов, вызвали серьезные изменения в её финансовом механизме. Появление новых форм собственности, новых субъектов хозяйствования повлекло изменения в системе денежных доходов и расходов; финансовые потоки стало возможным регулировать в основном косвенными методами. Одним из важнейших направлений реформирования государственных финансов стало расчленение единого госбюджета на три самостоятельных части: федеральный бюджет, бюджеты субъектов федерации и местные бюджеты. Это стало важным шагом к демократизации финансовых отношений. В этом же направлении действовали переход к налогам, как главному способу обеспечения доходов бюджета, отмена монополии на внешнюю торговлю и валютные отношения, приватизация государственной собственности и т.п. Все это привело к принципиальным изменениям в бюджетной системе Российской Федерации и её бюджетном устройстве.

Библиографический список

1. http://ru.wikipedia.org/wiki/Внешний_долг_России

*Замыслов И.Д., студ.; рук. Лебедева О.А., ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИЗУЧЕНИЕ ПРИЧИН И ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Современный этап развития экономики связан с непрерывным возрастанием роли рынка труда в эволюции экономики. Кардинально меняется отношение к рабочей силе. Она становится одним из ключевых ресурсов экономики. Следовательно, проблема занятости и безработицы, рассматриваемая в данной работе, является одной из самых актуальных на сегодняшний день.

В цивилизованном рыночном хозяйстве обязательно должен существовать определенный оптимальный резерв работников, он характеризуется таким понятием как безработица. Безработица – это социально-экономическое явление, при котором часть рабочей силы (экономически активного населения) не занята в производстве товаров и услуг [1]. Безработные наряду с занятыми формируют рабочую силу страны. В реальной экономической жизни безработица выступает как превышение предложения рабочей силы над спросом на нее.

К безработным в России относятся лица, достигшие 16 лет и старше, которые в рассматриваемый период:

- не имели работы (доходного занятия), но были готовы приступить к работе;
- занимались поисками работы, т.е. обращались в государственную или коммерческую службу занятости, использовали или помещали объявления в печати, непосредственно обращались к администрации предприятия (работодателю), использовали личные связи и другие способы, предпринимали шаги к организации собственного дела.

Из-за чего же растет безработица? К причинам возникновения безработицы относятся:

- структурные сдвиги в экономике, выражающиеся тем, что внедрение новых технологий, оборудования приводит к сокращению излишней рабочей силы;
- экономический спад (депрессия), который вынуждает работодателей снижать потребность во всех ресурсах, в том числе и трудовых;
- политика правительства и профсоюзов в области оплаты труда: повышение минимального размера заработной платы снижает спрос на рабочую силу;

- сезонные изменения в уровне производства в отдельных отраслях экономики;
- изменение в демографической структуре населения, в частности, рост численности населения трудоспособного возраста.

Безработицу можно структурировать в зависимости от ее причин на:

- безработицу в случае потери работы в результате увольнения;
- безработицу вследствие добровольного отказа от работы;
- безработицу, связанную с выходом на рынок труда после перерыва;
- безработицу в связи с выходом на рынок труда впервые.

В любом случае основной причиной возникновения безработицы является нарушение равновесия на рынке рабочей силы. Это неравновесие особенно усиливается в периоды экономических спадов, войн, стихийных бедствий и т.п.

Если рассмотреть данные по уровню безработицы в нашем регионе за 2011 г., то можно отметить, что Ивановская область находится на 32 месте по уровню безработицы, который составил 6,6% (табл. 1), тогда как средний уровень по стране составил 6,5%. Минимальный уровень безработицы 1,4% зафиксирован в г. Москва, а максимальный – 48,79% – в Республике Ингушетия.

Таблица 1
Динамика уровня безработицы в Ивановской области [2]

Год	Экономически активные, чел.	Занятые, чел.	Безработные, чел.	Уровень безработицы, %
2011	562 000	525 000	37 000	6,60
2010	565 000	522 000	43 000	7,58
2009	551 000	491 000	59 000	10,78
2008	576 000	547 000	29 000	5,11
2007	571 000	545 000	25 000	4,46
2006	560 000	537 000	24 000	4,25
2005	575 000	536 000	39 000	6,78
2004	576 000	550 000	26 000	4,58
2003	565 000	528 000	37 000	6,56
2002	567 000	528 000	39 000	6,89
2001	572 000	538 000	34 000	5,92
2000	592 000	531 000	61 000	10,37

Как видно из табл. 1, в 2000 и 2009 годах уровень безработицы в Ивановской области превышает значение естественного уровня безработицы. На наш взгляд, это связано со спадом производства по причине

сложной социально-экономической обстановки в эти годы из-за последствий мирового экономического кризиса. Именно по этой причине безработными оказались тысячи граждан Ивановской области.

Согласно официальной статистике, уровень регистрируемой безработицы в 2012 году снизился с 6,6% до 1,48% в данный момент. В абсолютных цифрах численность безработных граждан снизилась на 28,7 тысячи человек и составила 8 тысяч 300 человек [2]. Опираясь на приведенные выше данные можно сделать вывод, что государство настойчиво, твердо и планомерно проводит политику в сфере занятости населения, что приводит к постепенному снижению уровня безработицы.

Рассмотрев данный вопрос, мы пришли к выводу, что рынок труда является одним из наиболее сложных рынков, которые существуют и функционируют. Специфика данного рынка состоит в том, что здесь объектом контрактов выступает сам человек, его способность к труду.

Проблема занятости и безработицы, которая тесно связана с проблемами трудовых отношений, оплаты труда и его производительности, является ключевым вопросом в рыночной экономике, и, не решив его, нельзя построить экономически сильную державу.

Для этого необходимо проведение мер, способствующих созданию условий для более полного использования потенциала трудовой и деловой активности трудоспособных граждан, противодействующих обеднению населения и массовой безработице, также разработка мер по развитию системы рабочих мест и увеличению потребности предприятий и организаций в рабочей силе, совершенствование системы оплаты труда, расширение возможности получения населением дополнительных доходов, развитие системы социальных пособий и льгот, подготовка и переподготовка квалифицированных кадров, регулирование международных потоков рабочей силы, создание единой информационной системы о спросе на рабочую силу и ее предложении, внедрение современных методов профилирования безработных и многие другие меры.

Библиографический список

1. Булатов А.С. Экономика. М.: Юрист, 1999.
2. Социальное положение и уровень жизни населения России [Электронный ресурс]. Режим доступа: gks.ru

*Красовская К.А., студ.; рук. Терехова Н.Р., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ГЛОБАЛЬНАЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Глобальная демографическая проблема человечества имеет очень важное значение, потому что с ростом населения связаны экономические, экологические, социальные, культурные, политические и другие проблемы, т.е. иными словами с решением этой проблемы связаны перспективы человечества на Земле.

Рассматриваемая проблема характеризуется следующими статистическими данными.

Число стран с уровнем рождаемости, недостаточным для воспроизводства населения, выросло с 13 стран в 1970 г. до 76 в настоящее время; в этих странах живет около половины всего человечества. На **рис. 1** показана динамика рождаемости в странах, являющихся демографическими лидерами, за период с 1990 по 2010 гг. [3].

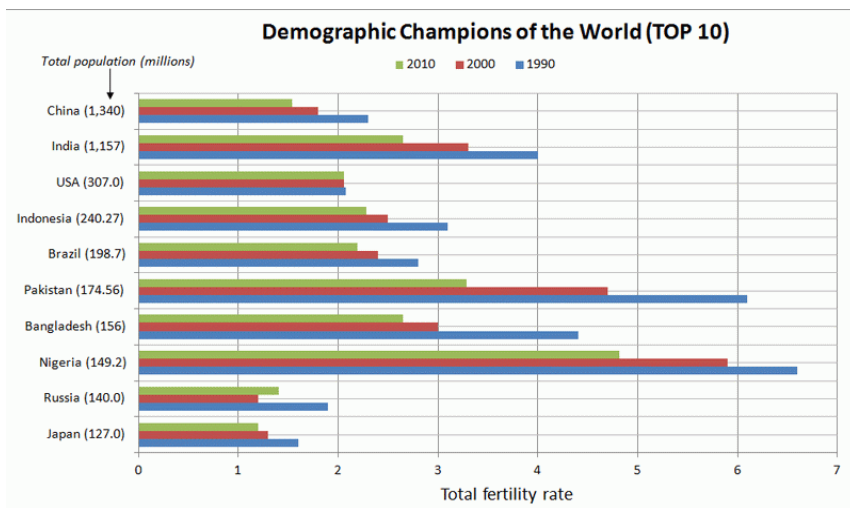


Рис. 1. Динамика рождаемости в странах – демографических лидерах, 1990-2010 гг.

В **табл. 1** представлены статистические данные, характеризующие для сравнения демографическую ситуацию в России и странах Евросоюза.

Таблица 1
Демографическая ситуация в России и Евросоюзе в 2010 г.

Демографические показатели	Россия	Евросоюз
Численность населения, млн	140	492
Депопуляция (1990–2010), млн	13	–
Среднегодовые темпы изменения численности населения, %	–0,5	+0,098
Суммарный коэффициент рождаемости (1970)	2,0	2,3
Суммарный коэффициент рождаемости (2010)	1,42	1,6
Прогноз численности на 2025 г., млн	122	514
Прогноз численности на 2050 г., млн	80	510

В 2000 г. численность населения России составила 145,9 млн. чел., из них 73 % (106,5 млн. чел.) – городские жители, в 2007 г. – 141,4 млн. чел. [4]. На протяжении двух последних десятилетий в России наблюдалась депопуляция населения. Виной тому служат мировые и гражданская войны, голодные годы периода 1921-1923гг., 1933г., перестройка.

Нельзя однозначно назвать страны, в которых проблема проявляется наиболее остро. При рассмотрении демографической проблемы выделяют несколько критериев оценивания стран. Так, первые места в списке стран с самой низкой рождаемостью поделили три развитых азиатских страны – Гонконг, Япония, Сингапур; в этих страны показатель рождаемости равен 8,2 промилле.

Самый высокий уровень смертности населения, по данным ООН за 2005-2010 гг., в Сьерра-Леоне – 22,1 (смертей на 1000 человек), на втором месте Свазиленд, показатель в котором равен 21,2, а на третьем – Ангола (20,5).

Международное сообщество видит пути решения этой проблемы в ориентировании на семейные ценности, в создании атмосферы социального комфорта для многодетных семей, а именно – расширение политических прав для многодетных родителей, справедливую оплату труда, учитывающую состав семьи, стимулирующие пособия и льготы для семей с детьми, приоритетность в выделении жилья многодетным семьям, учет их потребностей при градостроительстве [1].

Большую роль в решении актуальных демографических проблем современного мира играет ООН, основными направлениями деятельности которой в области народонаселения являются: разработка рекомендаций для международного сообщества и государств – членов ООН по реализации мер демографической политики; исследование проблем народонасе-

ления, включая анализ взаимодействия демографических, социальных, экологических и экономических процессов; организация и проведение под эгидой ООН международных конференций по народонаселению на межправительственном уровне [2].

ООН приняла «Всемирный план действия в области народонаселения» (важное место уделялось планированию семьи). В структуру вспомогательных органов Экономического и Социального Совета ООН входит Комиссия по народонаселению и развитию. ООН издаётся много специализированной демографической литературы, например, демографический ежегодник ООН, «Новости народонаселения». Так, Фонд Организации Объединенных Наций в области народонаселения (ЮНФПА), руководящий оперативной деятельностью системы Организации Объединенных Наций в области народонаселения, помогает развивающимся странам и странам с переходной экономикой найти решения их собственных демографических проблем. Фонд помогает государствам совершенствовать направления здравоохранения, занимающиеся репродуктивным здоровьем, а также службы планирования семьи, действующие на основе индивидуального выбора, и разрабатывать политику в области народонаселения, направленную на поддержание усилий по устойчивому развитию. Кроме того, он способствует лучшему пониманию проблем народонаселения и способов их решения и помогает правительствам решать эти проблемы народонаселения способами, которые более всего соответствуют нуждам конкретной страны.

Библиографический список

1. **Борисов В.А.** Демография. Учебник для вузов. М., 2007.
2. **Цыцарова Т.Е.** Демография. Учебное пособие. Ульяновск, 2009.
3. <http://samogo.net/articles.phpid=1309MCCM>
4. http://www.demographia.ru/articles_N/index.htmlidR=23&idArt=1910

*Лебедева О.А., ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

О НЕОБХОДИМОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ В ТЕПЛОСНАБЖЕНИИ РЕГИОНА

Предприятия теплоснабжения городов, наряду с предприятиями водо- и электроснабжения, будучи составной частью экономической системы региона, входят в инфраструктуру, обслуживающую производство, социальную сферу и обеспечивают экономическую безопасность региона. Поэтому их экономическое состояние зависит не только от уровня

развития промышленности региона, но они и сами оказывают воздействие на состояние экономики города и региона [1; 2].

Качественные характеристики систем теплоснабжения многих регионов находятся на низком техническом и экономическом уровне из-за низкой платежеспособности предприятий и населения ввиду высоких тарифов на услуги, которые ограничивают финансовые ресурсы на потенциальные инновации. Реальный объем потребления тепла промышленностью и населением многих областей Российской Федерации в настоящее время неизвестен из-за отсутствия приборов учета доставляемого потребителю тепла, больших потерь в теплотрассах, что способствует завышению объемов производимого тепла. Этот факт способствует дальнейшей потере инвестиционно-инновационной привлекательности предприятий.

Для улучшения финансового состояния в области была разработана программа финансового оздоровления, которая представлена не только проектами по энергосбережению, переоценки основных средств, внедрения финансового учета, но и программой реструктурирования управления, мониторинга расходования денежных средств. За период с 2008 по 2011 годы достигнуты положительные результаты по снижению задолженности перед поставщиками и подрядчиками, дебиторской задолженности. Вместе с тем можно отметить следующие отрицательные моменты в деятельности предприятий системы теплоснабжения Ивановского региона (табл. 1):

- значение коэффициента текущей ликвидности находится ниже нормативного уровня;
- снижение коэффициентов срочной ликвидности имеет тенденцию к снижению;
- коэффициент абсолютной ликвидности на протяжении длительного периода ниже нормативного уровня.

Все это свидетельствует о низком уровне управления эффективностью хозяйствования в региональной системе теплоснабжения. Основными факторами, определяющими низкую эффективность финансово-экономической деятельности, являются:

- 1) низкий технологический уровень предприятий теплоснабжения;
- 2) высокий уровень тепловых потерь в сетях при доставке теплоносителя потребителю;
- 3) низкие значения коэффициента полезного действия тепловых котлоагрегатов;
- 4) низкий уровень использования на предприятиях теплоснабжения энергосберегающих технологий;

5) повышение доходности в стоимостном выражении, связанного лишь с увеличением тарифов на отпуск тепловой энергии;

6) устаревшие методы организации и управления системы теплоснабжения;

7) наличие противоречий в интересах между поставщиками и потребителями тепла.

Таблица 1

Характеристика текущей платежеспособности системы теплоснабжения города Иваново, Ивановской области

Показатель	Нормативное значение	2009	2010	2011
Коэффициент текущей ликвидности	1,5 – 2,5	1,3	1,3	1,2
Коэффициент срочной ликвидности	Менее 1	1,3	1,2	1,2
Коэффициент абсолютной ликвидности	Более 0,2	0,05	0,07	0,05

Решение указанных проблем может быть осуществлено в результате следующих мероприятий:

- ввод в действие новых эффективных, энергосберегающих котельных, использующих альтернативные способы получения тепла;
- снижение потерь в сетях за счет применения автономных нагревательных установок, улучшения качества теплоносителей;
- модернизация и внедрение новых типов теплогенераторов с более высоким КПД;
- внедрение комплексных технологий эффективного использования и сбережения тепла у поставщиков и потребителей;
- внедрение мотивации потребителей к энергосбережению;
- внедрение инноваций в организационную структуру и структуру управления.

Проведенный нами анализ финансово-экономических показателей функционирующей системы теплоснабжения области указывает на необходимость, прежде всего структурных преобразований. На это указывает:

- планируемое увеличение объемов сбыта тепловой энергии не обеспечиваемое существующими котельными;
- повышение уровня потерь при транспортировке тепловой энергии;
- необоснованное повышение цен на услуги предприятий теплоснабжения (тарифы увеличиваются в 2,9 раза ежегодно, а качество, удовлетворяющее потребителей, снижается на 20 – 30%);

- заметное снижение доли оборотных активов на фоне дефицита инвестиционных средств;
- неустойчивость финансового состояния предприятий (убытки организации увеличились на 214%, а себестоимость продукции выросла на 37,99%).

В табл. 2 приведены результаты анализа эффективности инновационной деятельности в системе ТЭК Ивановской области.

Таблица 2
Показатели эффективности инновационной деятельности в системе ТЭК Ивановской области

Показатель	Значение показателя, %	Пороговое значение, %
Отношение затрат на научные исследования к объему ВРП	0,5	10
Отношение количества созданных передовых технологий к численности научно-технического персонала	1,5	25
Отношение количества выданных охранных документов к внутренним затратам на разработки	2,0	10
Отношение количества выданных охранных документов к численности персонала, занятого научными разработками	3,5	5
Отношение объема научных исследований к численности персонала, занятого научными разработками	11	15
Отношение затрат на технологические инновации к объему ВРП	0,5	2,0

Из табл. 2 видно, что значение всех показателей ниже пороговых значений. Это означает, что развитие топливно-энергетического комплекса региона носит экстенсивный характер, а рост количества производимой тепловой энергии основан в большей мере на традиционных факторах [3]. Более того, на наш взгляд, неблагоприятной тенденцией инновационного развития является постоянный разрыв в темпах прироста полученных денежных средств предприятием, составляющих 11% от уровня прироста производительности труда, которая остается в пределах 5,2 – 5,5%.

Таким образом, важным фактором, способствующим решению многих перечисленных проблем в системе теплоснабжения, является его инновационная деятельность [4]. Важнейшей составляющей инновационных процессов является трансформация методов организации и управления системой теплоснабжения региона, в результате которых возможно достижение обновления технологической базы, внедрение передовых

технологий в производство и управление [5]. Учитывая, что производство тепла, его передача, распределение и потребление представляет недельный технологический процесс, требующий для обеспечения надежности, бесперебойности и безопасности элементов корпоративного управления, существующие структуры региональной энергетики теплоснабжения должны претерпеть существенные преобразования. Прежде всего, должна измениться, на наш взгляд, инфраструктура и подходы к управлению теплоснабжением региона.

Библиографический список

1. **Павлов М.В.** Барьеры, предшествующие повышению энергетической эффективности в России и возможности их устранения: анализ правовой среды // Энергоэффективность. 2011. № 6.
2. **Тарасюк В.М.** Энергетическая эффективность обеспечивает безопасность страны // Энергосбережение. № 5. 2012.
3. **Бабаев Б.Д.** Экономика Ивановской области: состояние, проблемы, развитие / Б.Д. Бабаев [и др.]. Иваново: Изд-во «Иваново-Вознесенск», 2002.
4. **Стенников В.А.** Основные положения перспективного развития теплоснабжения России // Энергетическая политика. 2009. №2.
5. **Клейнер Г.Б.** Системная организация экономики и проблемы распространения инноваций // Вестник университета. 2011. №3.

*Матренушкина О.А., студ.; рук. Терехова Н.Р., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРИЧИНЫ ПОЯВЛЕНИЯ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПРОБЛЕМЫ

Экологическая проблема современности заключается в нарастании экологических перегрузок на Земле и загрязнении окружающей среды. Она проявляется в деградации почв, обезлесении, нехватке воды для ирригации и бытовых нужд, загрязнении воздушного пространства и тому подобных кризисных ситуациях.

Выбросы в атмосферу, почву и гидросферу разного вида химических соединений и твёрдых отходов тесно связана с такими отраслями производства, как топливно-энергетическая, химическая, машиностроительная, целлюлозно-бумажная, чёрная и цветная металлургия. Большим загрязнителем окружающей среды является автомобильный транспорт. Как отмечают специалисты, его «вклад» в загрязнение природной среды составляет от 40 до 50% от общего количества загрязнений [2].

Достаточно высокий урон природной среде наносится нефтедобывающей и газодобывающей отраслями при бурении и строительстве транспортных коммуникаций. Немаловажной проблемой является скла-

дирование на поверхности ландшафта извлечённого из недр литосферы каменного угля, других полезных ископаемых, занимающих огромные площади. В аридных (засушливых) зонах происходит опустынивание пастбищных угодий из-за чрезмерной нагрузки при выпасе мелкого рогатого скота. Последние 15-20 лет стала проявляться проблема нехватки чистой питьевой воды, а в случае потепления климата останется без неё даже население тех стран, где эта проблема на сегодняшний день не существует. Из-за загрязнения окружающей среды, голода, нехватки чистой питьевой воды и других причин, связанных с неблагоприятным состоянием среды обитания, примерно 70-80% населения планеты болеет теми или иными болезнями, в том числе ранее не известными [3]. В конечном счёте, всё это ведёт к ослаблению иммунной системы и к различным наследственным изменениям в организме человека. Чтобы этого не происходило, нужна соответствующая законодательная база, где была бы прописана более серьёзная ответственность за экологические правонарушения.

По данным ООН, с 1980 г. по 2007 г. в мире отмечены 840 природных катастроф, от которых погибли более 2 млн. человек, причём эти бедствия происходят вчетверо чаще, чем 30 лет назад, а ущерб от них вырос более чем в 7 раз. Так, в конце мая 1985 г. в Бенгальском заливе от тропического циклона погибли более 25 тыс. чел. В 1985 г. погода побила все рекорды: в Нью-Йорке в течение 40 дней температура не опускалась ниже +31° С. Жесточайшая засуха привела к тому, что в США впервые сбор зерна упал ниже потребностей государства. По Ямайке пронёсся сильнейший ураган, лишив крова 0,5 млн. чел.; муссонные дожди затопили 2/3 территории Бангладеш – 25 млн. чел. потеряли жилище [1]. В 1987 г. жесточайшая засуха в Африке привела к гибели около 1 млн. чел. и поставила под угрозу жизнь ещё 35 млн. В 1996 г. на Земле произошло 600 различных природных катастроф, в том числе 200 ураганов, 170 наводнений и 50 землетрясений. Стихия унесла 11 тыс. человеческих жизней, материальный ущерб составил 60 млрд. долларов. В результате землетрясения в Северном Афганистане, произошедшего 3 февраля 1998 г., 4 тыс. жителей провинции Тахор погибли, 15 тыс. остались без крова. В этом же году от наводнения пострадали 54 государства, 45 стран – от жестокой засухи, приведшей к опустошительным лесным пожарам. От наводнения на реке Янцзы в Китае в 1998 г. погибли 2500 человек, 56 млн. чел. остались без крова. В 2006 г. из-за землетрясения в Индийском океане сформировалось гигантское цунами, которое в Индонезии лишило жизни 0,3 млн. чел. Последние несколько лет в Европе свирепствуют сильные засухи (температура держится на отметке более +30° С), унося тысячи жизней и создавая огромные по масштабу пожары, которые уничтожают жилища и лесные массивы. На смену им приходят ливневые дожди, которые льют неделями вследствие чего реки выходят из берегов, затопля боль-

шие территории, принося экономические потери и человеческие жертвы. По данным центра катастроф и ВОЗ, из 245 катастроф, зарегистрированных с января по ноябрь 2009 г., 224 вызваны природными факторами. В них пострадали 55 млн. чел. (погибли 7 тыс.), а ущерб составил 15 млрд дол. Впрочем, это меньше, чем в прежние годы. Так, число жертв в 2009 г. оказалось в 30 раз меньше, чем в 2008 г., когда погибли 235 тыс. чел (в основном в двух крупнейших природных катастрофах современности: тропическом циклоне «Наргис» в Мьяме – 138,4 тыс. и землетрясении в Китае – 87, 5 тыс.). Гораздо меньше людей пострадали в 2009 г. от наводнений (11 млн. чел. против 178 млн. в 2008, и ущерб от природных катастроф в 2008 г. был почти в 20 раз больше – 269 млрд дол.). Из года в год всё больше жертв от природных катастроф наблюдается в Азии, а наибольший ущерб несут США, Европа, Китай. В России в 2010 г. с конца июня и до середины августа температура атмосферного воздуха в течение 60 дней не опускалась ниже +30°C., иногда она доходила до +38 – 40°C, горели леса и торфяники в 13 регионах. Основной урон Российской Федерации наносят наводнения (30 %), оползни, обвалы и лавины (20 %), ураганы и смерчи (14 %), засухи (15 %) и другие [4].

Многие учёные связывают потепление климата с парниковым эффектом [1]. Они считают, что парниковый эффект действует уже давно. Чем же это вызвано? А вызвано это тем, что миллионы тонн двуокиси углерода ежечасно (ежегодно примерно около 7 млрд т) поступают в атмосферу при сжигании дров, угля, нефти, газа. Сотни миллионов метана каждый год выделяются при разработках газа, угля и гниения органических остатков. Так, при добыче 55 млрд м³ природного газа ежегодно 10 млрд м³ от этого количества выбрасывается в атмосферу в виде организованных выбросов и неорганизованных утечек. По расчётам учёных, в начале 90-х годов в стратосферу ежегодно уходило около 5,5 млрд.т углерода от сжигания ископаемого топлива и 2,5 млрд т – от горения лесов Амазонии. Энергетический бум прошедшего столетия увеличил содержание CO₂ в атмосфере на 25 %, а метана – на 100%. Если рост добычи и использование топлива будут идти такими же интенсивными темпами, то к 2015-2020 гг.. ежегодно будет выбрасываться уже около 10 млрд т углерода в год, не считая выбросов от горения лесов и минерализации органического вещества. Вследствие этого концентрация оксида углерода в атмосфере вырастет ещё больше.

Основными парниковыми газами являются двуокись углерода (на его долю, по оценкам специалистов климатологии, приходится около 55% усиления парникового эффект, вызывающего глобальное потепление), метан (вклад метана в парниковый эффект составляет около

16 %), закись азота (его вклад в парниковый эффект оценивается в 5 %), гидрофторуглероды и перфторуглероды (их «вклад» в повышение температуры на планете соответствует примерно 10-11%), гексафторид серы (вклад в парниковый эффект оценивается в 11%).

Как отмечают специалисты по климатологии, за последние сто лет потепление на Земле составило $+0,8^{\circ}\text{C}$, особенно интенсивно этот процесс происходил за последние 40 лет. Учёными установлено, что 1 млрд т парниковых газов увеличивает температуру атмосферного воздуха примерно на $0,0464^{\circ}\text{C}$.

Одним из последствий парникового эффекта, вызывающего большие опасения, является подъём уровня воды Мирового океана. Международная конвенция климатологов в Австрии (1998 г.) спрогнозировала к 2030-2050 гг. повышение температуры на планете на $1,5-4,5^{\circ}\text{C}$, что может вызвать подъём уровня воды в океане до 50-100 см, а к концу XXI – до 2,0 м. Трудно представить все те страшные последствия, которые могут произойти в результате повышения уровня воды моря. Людей ожидает не только подтопление огромных участков суши, могут значительно усиливаться засухи. Многие наземные экосистемы не смогут достаточно быстро приспособиться к изменениям климата, вследствие чего некоторые из них просто погибнут, в том числе и лесные массивы. Огромная по масштабу лесная растительность при разложении будет являться дополнительным источником эмиссии парниковых газов в окружающую среду, что ещё больше усугубит существующее положение.

Следует отметить, что в настоящий момент происходит сокращение площади морского льда в Арктике. Так, площадь покрытая льдом со времени наблюдений (30 лет), сократилась к 2009 г до 5, 1 млн. км², в 2007 г. уменьшение было до 4,3 млн. км², в 2008 уже стала 4, 67 млн. км².

Причинами современного экологического кризиса являются следующие процессы.

Во-первых, быстрый рост населения Земли (сейчас на нашей планете живет более 6 млрд человек, что, по мнению ученых, значительно больше допустимого для биосферы Земли, т.к. каждому человеку нужна крыша над головой, свет, тепло, еда, одежда и т.п., что при такой численности населения Земли возможно только за счет жесточайшей эксплуатации природы).

Во-вторых, несовершенные сельскохозяйственные и промышленные технологии, следствием применения которых является загрязнение воздуха, воды, почв, вырубка лесов и распашка степей, эрозия и т.п. явления. В-третьих, легкомысленность человечества и пренебрежение законами развития биосферы (антропоцентричное мировоззрение большей части населения Земли не перестает быть потребительским, стратегия общения человека с природой строится по принципу «все для блага человека»),

поэтому необходимо полностью изменить взгляд на природу и на место в ней человека).

Самые загрязненные регионы мира — это Соединенные Штаты, Евросоюз и Китай. Это отчетливо видно на экологической карте Земли, сделанной на основе снимков из космоса; ее публикует влиятельный научный журнал «Нью-Сайентист». Согласно исследованию голландской организации *Natuur & Milieu*, самая “грязная” страна в Евросоюзе – Бельгия. Согласно полученным данным, в Бельгии самая плохая экология среди 27-ми стран-участниц Евросоюза. При этом страна занимает 22-е место по числу возобновляемых источников энергии и 21-е место – по среднему уровню выбросов парниковых газов на душу населения. Также Бельгия, Нидерланды и Люксембург характеризуются самыми большими в Европе объемами выброса оксидов азота на квадратный километр, согласно показателю *Environmental Performance Index (EPI)*, составленному Йельским университетом.

Огромный и непоправимый ущерб для экологии страны наносит и стремительное развитие Китая. Уровень загрязнения воздуха, рек и городов в стране – один из самых высоких в мире. Одна из основных проблем – загрязнение воздуха, особенно в крупных городах, достигающее катастрофических показателей. В двух третях городов максимально допустимое загрязнение воздуха превышено в пять раз. Согласно исследованиям китайских властей, наибольшую часть загрязнителей воздуха составляют мельчайшие частицы, образующиеся от сжигания угля без предварительной очистки, выхлопных газов и дыма от промышленных и бытовых производств и топок.

Соединенные Штаты являются крупнейшим отдельно взятым источником углекислого газа, вырабатываемого в ходе сжигания ископаемого топлива; загрязнения воды стоками пестицидов и минеральных удобрений. Загрязнение воздуха в США приводит к образованию кислотного дождя. Для большей части запада страны характерны ограниченные природные запасы пресной воды, опустынивание.

На современном этапе, когда ухудшение среды обитания человека приобрело глобальный характер, особенно важны совместные усилия и сотрудничество всех государств в сохранении биосферы Земли. Международные конвенции и соглашения известны ещё с XIX в. В 1965 г. проходившая в Париже специальная межправительственная Конвенция ЮНЕСКО по рациональному использованию и охране ресурсов биосферы приняла широкую научную программу «Человек и биосфера». В 1982 г. Генеральная ассамблея ООН одобрила «Всемирную хартию природы», возлагающую на государства ответственность за сохранение нашей пла-

неты и её природных богатств. Были подписаны многосторонние соглашения по охране окружающей среды, к которым, в частности, относятся:

- Конвенция по предотвращению загрязнений морей отбросами отходов и других материалов (1972);
- Конвенция о трансграничном загрязнении воздуха на большие расстояния (1979);
- Конвенция об изменении климата (1992);
- Конвенция о трансграничном воздействии промышленных аварий (1992).

В настоящий момент человечество разрабатывает пути охраны окружающей среды и уже приступило к их осуществлению.

Первый путь заключается в создании разного рода очистных сооружений, в применении малосернистого топлива, уничтожении и переработке мусора, строительстве дымовых труб высотой 200-300 м и более, рекультивации земель и др. Однако даже самые современные сооружения не обеспечивают полного очищения. А сверхвысокие дымовые трубы, снижая концентрацию вредных веществ в данном месте, способствуют распространению пылевого загрязнения и кислотных дождей на гораздо более обширных территориях: труба высотой в 250 м увеличивает радиус рассеивания до 75 км.

Второй путь состоит в разработке и применении принципиально новой природоохранительной («чистой») технологии производства, в переходе к малоотходными безотходным производственным процессам. Так, переход от прямоточного (река – предприятие – река) водоснабжения к оборотному и тем более к «сухой» технологии может обеспечить сначала частичное, а затем и полное прекращение сброса сточных вод в реки и водоёмы. Этот путь является главным, поскольку он не просто уменьшает, а предупреждает загрязнение окружающей среды. Но он требует огромных расходов, непосильных для многих стран.

Третий путь заключается в глубоко продуманном, наиболее рациональном размещении так называемых «грязных» производств, оказывающих отрицательное воздействие на состояние окружающей среды. К числу «грязных» производств, прежде всего, относятся химическая и нефтехимическая, металлургическая, целлюлозно-бумажная промышленность, тепловая энергетика, производство стройматериалов. При размещении таких предприятий особенно необходима географическая экспертиза.

Еще один путь – повторное использование сырья. В развитых странах запасы вторичного сырья равны разведанным геологическим. Центры заготовок вторсырья – старопромышленные районы Зарубежной Европы, США, Японии, европейской части России.

Библиографический список

1. Мельцаев И.Г., Сорокин А.Ф., Мурзин А.Ю. Общая экология. Учебник. Иваново, 2010.
2. http://www.bellona.ru/articles_ru/articles_2013/1363180361.2
3. <http://www.knigaftov.ru/united-states/environment-current-issue>

*Петрунина А.А., студ.; рук. Терехова Н.Р., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

**ПРИЧИНЫ ОБОСТРЕНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ РЕШЕНИЯ
МИРОВОЙ ПРОБЛЕМЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Глобальная продовольственная проблема – едва ли не древнейшая из всех глобальных проблем человечества. Голод – как крайнее ее проявление и огромное социальное бедствие – обрушивался на массы людей и в древности, и в средние века, и в периоды новой и новейшей истории. Продовольствие постоянно выступает необходимой и безальтернативной частью фонда жизненных средств, и нарастание по тем или иным причинам его дефицита справедливо воспринимается как бедствие, требующее принятия неотложных мер. *В широком смысле* к продовольственной проблеме относят производство, распределение, обмен и потребление продовольствия в мире и отдельных странах. *В узком смысле* продовольственная проблема – это обеспечение продуктами питания населения, его различных классов и социальных групп [1].

Вопросы продовольственного обеспечения остаются актуальными на протяжении длительного времени. В 2008 г. в результате резкого значительного роста цен на основные виды сельскохозяйственных культур продовольственная обеспеченность населения мира резко ухудшилась, и ряд международных организаций, таких как Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО), Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) констатировали наступление мирового продовольственного кризиса. В результате роста цен на продовольствие значительно возросли расходы в мире на импорт продовольствия. Данная ситуация породила целый ряд гуманитарных, социально-экономических, политических проблем, а также проблем в области развития и безопасности.

Факторами, определяющими мировую продовольственную проблему являются следующие:

1. Рост численности мирового населения (по прогнозам, она возрастет к 2050 г. на 72%, в т.ч. в развитых странах - на 2% и в развивающихся - на 174%).

2. Снижение доли молодежи в общей численности населения (возрастная структура населения обусловит увеличение к 2050 г. среднесуточной энергетической ценности питания в странах Африки на 7% и снижение этого показателя в развитых странах, где продолжится старение населения, на 1%).

3. Увеличение среднего роста людей (улучшение питания детей и молодежи в развивающихся странах приводит к увеличению среднего роста на 1 см за 10 лет, за счет чего мировые потребности в продовольствии увеличатся к 2050 г. на 1,4%, в том числе в странах Восточной Азии - на 2,8%).

4. Ускорение урбанизации (это вызывает снижение потребности в питании, поскольку физическая активность жителей городов ниже, чем у сельских жителей, в результате повышения уровня урбанизации средние потребности в продовольствии населения стран Азии уменьшатся к 2050 г. на 4% и стран Африки - на 3%).

5. Снижение уровня рождаемости (это приводит к уменьшению потребностей в продовольствии; для развивающихся стран в целом это уменьшение оценивается в 1%, в том числе в странах Западной Азии, где ожидается наибольшее снижение уровня рождаемости в - 2%) [2].

В результате совокупного влияния всех перечисленных выше факторов мировые потребности в продовольствии должны увеличиться к 2050 г. на 75%, при этом потребности развивающихся стран в целом удвоятся, в том числе стран-потребителей риса возрастут на 60% и африканских стран южнее Сахары - на 250%. По оценке ФАО, доля недоедающего населения составляет 10%. Действительная продовольственная безопасность страны устанавливается только тогда, когда имеющиеся запасы продовольствия превосходят средние потребности населения на 30%. Чтобы обеспечить такое дополнение к нынешнему уровню продовольственных запасов, необходимо увеличить мировые запасы продовольствия к 2050 г. на 14%, в т. ч. в развивающихся странах в целом на 18%, в странах Африки - на 1/3, Азии - на 14% и Латинской Америки - на 8% [4].

Главная цель достижения продовольственной безопасности — это гарантированное и устойчивое снабжение перерабатывающих предприятий сырьем, а населения — продовольствием. Оно не должно быть уязвимым даже в случае роста цен, нехватки валюты и т.п..

Важнейшими условиями достижения продовольственной безопасности являются: потенциальная физическая доступность продуктов питания для каждого человека (наличие их и предложение в достаточном количестве).

стве), экономическая возможность приобретения продовольствия всеми социальными группами населения, в том числе и малоимущими (платежеспособность потребительского спроса), потребление продуктов высокого качества в количестве, достаточном для рационального питания [3].

В зависимости от субъектов, решающих проблему, и выполняемых функций различают семь уровней продовольственной безопасности: глобальный, субрегиональный, межгосударственный, государственный, местный, групп населения и семейный (домашние хозяйства). Проблемы продовольственной безопасности на глобальном (мировом) уровне решают международные организации и специализированные органы (ФАО, ВТО, Комитет по продовольственной безопасности и др.).

Важнейшая их функция — содействие стабилизации экономик государств в целях обеспечения необходимого уровня развития в человеческом измерении. Выполнение функций осуществляется посредством: разработки и реализации долговременных программ и проектов, способствующих наращиванию объемов продовольствия, создания запасов и организации помощи в случае неблагоприятных экономических и экологических явлений.

Межгосударственный уровень проблемы продовольственной безопасности определяется функционированием межгосударственных соглашений по вопросам солидарного поведения государств в области торговли, ценообразования, стандартизации продукции, качественных параметров и др. Субъекты, решающие проблему на этом уровне, должны быть хорошо организованными.

Организационно упорядочены, стабильно функционируют и определяют состояние продовольственной безопасности как национального, так и более низких уровней субъекты государственного уровня. К ним относятся правительства и органы законодательной власти. Их деятельность направлена на стабильность экономического развития, формирование государственных фондов и обеспечение баланса спроса и предложения на внутреннем продовольственном рынке.

На местном уровне продовольственную безопасность должны обеспечивать субъекты территориального управления (область, муниципалитет, район) посредством снабжения продуктами, контроля над их качеством и создания условий населению для получения доходов. Субъектом, определяющим продовольственную безопасность на уровне групп населения, выступают социальные группы, задача которых — обеспечить доходы, необходимые для научно обоснованного потребления.

Проблема обеспечения населения продовольствием она существовала всегда, сохраняется в настоящее время и носит общемировой характер. Однако впервые мировая практика и экономическая наука обратилась к

продовольственной проблематике с позиций мировой и национальной экономической безопасности относительно недавно, в середине 70-х годов XX века. Поводом послужил спад объемов производства зерна в ведущих зернопроизводящих странах мира. Уменьшение совокупного предложения на мировом зерновом рынке и последовавший за этим рост цен на другие виды продовольствия дестабилизировал ситуацию на других продовольственных рынках. Отказ стран-экспортеров зерна от выполнения своих договорных обязательств поставил ряд стран перед угрозой острой нехватки важнейших продуктов питания, потери экономической и политической независимости. Мировой зерновой кризис 1972-1973 гг. способствовал тому, что проблема продовольственного обеспечения превратилась в важный фактор национальной безопасности всех стран.

Проблема продовольственной безопасности не может быть решена эффективно в узком кругу. Особую значимость в современных условиях приобретает доступность качественной, экологически безопасной продукции. Современные тенденции экономического развития ограничивают возможности выбора экологически безопасной, а также традиционной (без различных добавок) продукции.

Государство в основном контролирует качество и безопасность готовой пищевой продукции. В то же время вопросам контроля за качеством исходного продукта – сельскохозяйственного сырья не уделяется должного внимания. Современные же системы управления качеством базируются на том, что контроль не может быть эффективен после того, как продукция произведена, и должен вестись в технологическом процессе производства. В развитых странах происходит повсеместное укрепление и усиление роли государственных систем контроля и регулирования безопасности продовольствия. При этом заметна тенденция к централизации принятия решений, как это уже давно сделано в США. Характерен пример Великобритании. После катастрофы в мясном животноводстве, связанной с «коровьим бешенством», одной из причин которой стала несогласованность действий государственных органов, создается ведомство по типу американской Инспекции по продовольствию и лекарственным препаратам, наделенной широкими административными правами по защите потребителей.

Для конструктивного определения критериев продовольственной безопасности необходимо ввести государственную систему норм питания, которая регламентирует два нормативных уровня питания населения: достаточный, используемый для социально-экономических расчетов в обычных условиях и минимально необходимый, используемый для гарантированного обеспечения населения в чрезвычайных продовольственных ситуациях.

Важнейшим элементом проведения государственной политики, служащим обеспечению продовольственную безопасность, является регулирование продовольственных рынков путем закупок продукции и продовольственных интервенций, осуществляемых через специализированное Федеральное агентство. Внешнеэкономическая направленность государственной политики в сфере продовольственной безопасности заключается в эффективной реализации международного разделения труда в продовольственной сфере при недопущении критической зависимости от импорта продовольствия.

Для решения задачи выбора мер государственного регулирования в целях обеспечения продовольственной безопасности РФ может быть использована адаптированная для данной проблематики базовая макроэкономическая модель АПК, разработанная в ВИАПИ. При этом последовательно должны быть решены следующие подзадачи:

- на основе модели спроса населения на продукты питания определить соотношение уровня доходов и цен, достаточное для обеспечения доступа населения к продуктам питания по медицински обоснованным нормам в условиях рыночных равновесных цен;
- на основе моделей блока функционирования АПК определить себестоимости производства основных продуктов растениеводства, животноводства и переработки и минимально допустимые цены реализации для рентабельной работы отраслей АПК;
- на основе модели импорта продуктов питания блока внешнеэкономических систем определить систему таможенных тарифов и квот, обеспечивающих, с одной стороны, рациональный уровень аграрного протекционизма, а, с другой, достаточную конкурентность импортной продукции;
- на основе моделей блока государственного регулирования и модели общего равновесия аграрного рынка разработать стратегию государственной поддержки агропромышленного производства, включающей систему дотаций, субсидий, субвенций и т.д., обеспечивающих равновесие спроса и предложения в допустимой области гарантированной продовольственной безопасности при минимальной сумме государственных затрат.

Обеспечение населения планеты продовольствием в достаточном количестве и ассортименте представляет сложную проблему, включающую комплекс вопросов производства продовольственной продукции, конъюнктуры национального и мирового продовольственных рынков, конкурентоспособности и платежеспособности страны, уровня доходов и структуры питания населения, социальной политики государства.

Библиографический список

1. **Гаврилова Т.В.** Международная экономика. М.: Приор, 2004.
2. **Ковалев Е.** Глобальная продовольственная проблема // *Мировая экономика и международные отношения*. 2004. №10.
3. **Максаковский В.** Пути решения глобальной продовольственной проблемы // *География*. 2002. №37.
4. **Льсоченко А.А.** Продовольственная безопасность в современных условиях глобализации // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2008. №5.
5. **Суровцев В., Никулина Ю.** Инновационное развитие как фактор продовольственной безопасности // *Экономист*. 2010. №6.

*Смирнова С.Л., студ.; рук. Терехова Н.Р., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ГЛОБАЛЬНАЯ РЕСУРСНАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОСТИ: СУЩНОСТЬ, ПРИЧИНЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ

Вопрос ресурсной проблемы в современном мире является одним из самых актуальных. Известно, что запасы многих природных ресурсов уже находятся в дефиците, а те, что сохранились еще в достаточно больших количествах, не означают их нескончаемости.

Сущность глобальной ресурсной проблемы – это дефицитность различных природных ресурсов, которыми располагает современная цивилизация [1].

Основными причинами возникновения этой проблемы являются:

Во-первых, значительный рост потребления минерального топлива и др. ресурсов (за 20-й век было добыто больше, чем за всю историю человечества), поэтому произошло истощение многих месторождений.

Во-вторых, ухудшение условий добычи ресурсов и освоения месторождений.

В-третьих, неравномерное распределение природных запасов сырья и энергии по регионам и странам мира, что приводит к обострению этой проблемы. Так, значительная часть полезных ископаемых сосредоточена в развивающейся зоне (2/3 промышленных запасов 8 из 17 важнейших видов сырья), однако научно-техническая отсталость и слабость финансовой базы не позволяет пока их добывать в полном объеме и создавать обрабатывающую промышленность.

В литературе приводятся прогнозные данные по ресурсной проблеме на 2025 и 2050 гг. [2]. Так, количество стран с большим дефицитом воды к 2025 г. увеличится до 51, охватывая все новые страны – Буркина-Фасо, Китай, Камерун, Доминиканскую Республику, Эфиопию, Гану, Индию, Иран, Луанду, Лесото, Мавританию, Нигерию, Пакистан, Перу, Судан, Сирию, Танзанию, Того, Уганду, Зимбабве. Таким образом, через

четверть века почти весь африканский континент и часть азиатского континента будут зажаты в тиски дефицита пресной воды.

Дефицит воды наступает уже и на азиатский континент, охватывая такие густонаселенные страны, как Китай, Индия, Пакистан и др. и доходит до американского континента (Перу). Следующий этап 2050 год – ещё 17 стран пополняют ряды дефицитных по воде: Бельгия, Бенин, Кот-д-Ивуар, Сальвадор, Ирак, Ямайка, Мали, Мавритания, Мозамбик, Нигер, Северная Корея, Сенегал, Шри-Ланка, Таиланд, Турция, Соединенное Королевство.

На мировых форумах странами и международными организациями проводится большая работа по поиску путей решения глобальной ресурсной проблемы, основными из которых являются следующие [3]:

- для решения энергетической и сырьевой проблемы:

а) традиционный путь – разведывание и разработка новых месторождений;

б) политика энергосбережения и ресурсосбережения, а именно - ориентация на использование возобновляемых и нетрадиционных видов топлива, вторичного сырья;

в) активное использование современных достижений НТР (атомная энергетика, использование водородных двигателей и т.п.);

г) внедрение более эффективных способов и систем разработки месторождений полезных ископаемых и технологических схем переработки минерального сырья, обеспечивающих наиболее полное, комплексное и экономически целесообразное извлечение из недр запасов основных и совместно с ними залегающих полезных ископаемых, а также использование содержащихся в них компонентов, имеющих промышленное значение;

- для решения проблемы использования земель:

а) проведение землеохранных мероприятий в трех аспектах: сохранение земель, т.е. недопущение ухудшения их качественных характеристик, восстановление качества земель посредством рекультивации и улучшение состояния земель посредством мелиорации, внесения удобрений, борьбы с эрозией, создание защитных лесополос и т.п. мер;

б) совершенствование земельного законодательства, регламентирующего требования по предотвращению загрязнения и разрушения земель, а также ужесточающего наказания за его нарушения;

в) ограничение изъятия земель из сельскохозяйственного оборота под строительство и расширение городов, дорог, водохранилищ и иных объектов;

г) поиск и использование свободных земель, пригодных для сельскохозяйственного производства.

Библиографический список

1. **Спиридонов И.А.** Мировая экономика: учеб пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2007.
2. <http://www.gks.ru>
3. <http://mir-politika.ru>

*Смирнова Ю., студ.; рук. Терехова Н.Р., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

СОВРЕМЕННЫЕ ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Глобальные проблемы мировой экономики – это проблемы, касающиеся всех стран мира, взаимосвязанные между собой и требующие разрешения только в результате совместных усилий всех членов мирового сообщества. Наиболее важными глобальными проблемами современности являются демографическая, экологическая, продовольственная, сырьевая, проблема бедности, сохранения мира на Земле.

Все глобальные проблемы имеют ряд общих признаков, а именно: они носят общемировой характер, т.е. затрагивают судьбы большинства человечества, угрожают серьезным регрессом условий жизни человека, нуждаются в срочном решении, взаимосвязаны между собой и требуют для своего решения совместных действий всего мирового сообщества [1]. Так, например, экологическая проблема проявляется в ухудшении окружающей среды, ее загрязнении и отравлении отходами производства и жизнедеятельности человека, в угрозе существованию жизни на Земле.

Страны с развитой экономикой в среднем расходуют до 1,7% своего ВВП на экологические нужды, но этого мало, т.к. величина ущерба, наносимого природной среде, ежегодно исчисляется в размере примерно 6% ВВП [4]. На международном уровне уделяется большое внимание разработке критериев экологической безопасности, методов определения загрязненности водного и воздушного бассейнов, проведению фундаментальных научных исследований в области экологической науки. Важно отметить и роль регионального сотрудничества в деле охраны окружающей среды. Так, например, в странах Евросоюза даже система налогообложения строится таким образом, чтобы стимулировать сохранение природной среды.

Стремительный рост численности населения нашей планеты и его экономическая деятельность угрожают существованию биосферы и приводят к возникновению глобальной демографической проблемы. По прогнозам ученых к 2025 г. на Земле будет проживать 8,5 млрд чел., а во

второй половине XXI в. население Земли может возрасти до 14 млрд чел. [3].

Основной прирост населения в мире происходит за счет развивающихся государств Азии, Африки, Латинской Америки. По подсчетам демографов, на их долю к 2025 г. будет приходиться 95% общего прироста численности людей на планете. В целом в мире в последние десятилетия прирост населения в год составлял 1,7%, в Европе – 0,22%, в Африке – 3%.

Международное сообщество приняло на пятой Всемирной конференции ООН в Каире (1994 г.) программу действий по решению мировой демографической проблемы до 2015 г., на реализацию которой было выделено 17 млрд долл.

Большие проблемы в мире существуют в области энергетики и сырья. Во-первых, расширение масштабов добычи и потребления полезных ископаемых повлекло за собой резкие изменения в окружающей среде. Во-вторых, дефицитность сырьевых ресурсов на Земле замедляет экономический рост в странах. В-третьих, военно-политическая нестабильность во многих регионах мира, прежде всего в развивающихся, негативно влияет на движение мировых цен на сырье, в том числе на энергоносители. В-четвертых, неравномерная обеспеченность стран природными ресурсами порождает экономические, политические и социальные проблемы в мировой экономике.

На территории развивающихся стран находится до 50% не топливных минеральных ресурсов, почти 65% запасов нефти и 50% природного газа, 90% запасов фосфатов, 86–88% олова и кобальта, более 50% медной руды и никеля [4].

Из стран с переходной экономикой запасами минерального сырья, имеющими мировое значение, обладает Россия, где сосредоточено около 8% мировых запасов нефти, 33% природного газа, 40% угля, 30% – железной руды, 10% – алмазов и платины. При этом и в первой, и во второй группе стран отсутствует соответствующая перерабатывающая инфраструктура.

Одной из наиболее острых проблем современности, непосредственно относящихся к физическому существованию сотен миллионов людей, является продовольственная проблема. По данным сельскохозяйственной комиссии ООН (ФАО) в настоящее время несколько десятков миллионов человек обречены в результате голода на смерть и болезни. По некоторым оценкам, свыше 1,5 млрд людей страдают различными формами недоедания, в том числе и «невидимым» недоеданием, когда традиционные рационы питания в целом обеспечивают достаточное количество кало-

рий, но не содержат минимума необходимых белков и жиров, особенно животного происхождения, а также микроэлементов [3].

Продовольственная проблема в современном мире обуславливает необходимость нахождения эффективных методов борьбы с бедностью и отсталостью развивающихся стран, где проживает почти 2/3 населения Земли. Так, 1/4 населения Бразилии, 1/3 жителей Нигерии, 1/2 населения Индии потребляют товаров и услуг менее чем на 1 долл. в день (по паритету покупательной способности). Для сравнения, в России таковых в первой половине 90-х гг. XX в. было менее 2%. В результате от недоедания в мире страдает около 800 млн человек.

Решение продовольственной проблемы в разных странах происходит по-разному. Для развитых стран она сводится к развитию пищевой индустрии, распространению индустриальных методов ведения сельскохозяйственного производства, «химизации» сельского хозяйства. Для бедных стран продовольственная проблема – это, в первую очередь, проблема непосредственного голода и недоедания широких слоев населения из-за простой нехватки продовольствия. За последние годы благодаря активной продовольственной помощи развивающимся странам со стороны международных организаций и развитых стран, эта проблема была несколько смягчена. Так, численность населения стран третьего мира, умирающих от голода и сопутствующих ему болезней, была снижена с 240 млн. человек в конце 70-х гг. XX в. до 40 млн чел к началу 90-х гг. и до 10-12 млн чел. к началу 2000 г. [4]

На протяжении всей современной истории человечество тратит огромные средства на вооружение. При этом в мире складывается парадоксальная ситуация: с одной стороны, экономические трудности, кризисные явления, усиление неустойчивости экономического роста, крайняя нужда в ресурсах для развития, а с другой стороны, постоянно нарастающий процесс милитаризации экономики, выражающийся в высоких темпах роста военных расходов и значительном повышении доли этих затрат в мировых затратах. Милитаризация экономик стран негативно влияет на структуру их бюджетов, на экономический рост и социальное развитие, извращает сущность научно-технического прогресса в современном обществе, обращая высшие достижения человечества на создание мощных средств его уничтожения.

Итак, подводя итог, следует отметить, что все глобальные проблемы сегодня тесно взаимосвязаны и находятся в стадии частичного разрешения. Оптимистичным является тот факт, что человечеству на протяжении всей его истории рано или поздно удавалось разрешать самые сложные проблемы.

Библиографический список

1. Глобализация мирового хозяйства: учеб. пособие / под ред. М.Н. Осьмовой, А.В. Бойченко. М.: ИНФРА-М, 2006.
2. **Ломакин В.К.** Мировая экономика: учеб. для вузов. М.: Финансы, ЮНИТИ, 1998.
3. <http://knigi-uchebniki.com/ekonomika-mirovaya/148-problema-razvitiya-chelovecheskogo.html>
4. <http://estnauki.ru/geo/1-geografy/192-problemu-zaniatosti-naseleniya.html>

*Титова Е.А., студ.; рук. Терехова Н.Р., д.э.н, проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПРОЯВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Человечество вступило в XXI век, унаследовав от предшествующего века целый ряд глобальных проблем, которые к настоящему времени значительно обострились. Понятие «глобальная проблема» означает общечеловеческую проблему, т. е. наличие противоречия глобального масштаба, затрагивающего все народы земного шара.

К основным глобальным проблемам современности относятся: демографическая проблема, сырьевая, продовольственная, экологическая, проблема сохранения мира. Рассмотрим особенности их проявления в нашей стране.

Так, например, демографическая обстановка в России характеризуется следующими данными. Численность населения бывшего СССР к моменту его распада составляла 290 млн человек (по этому показателю страна уступала лишь КНР и Индии). В 2010 г. была проведена Всероссийская перепись населения, по данным которой численность населения России составила лишь 143 млн человек. Однако трудности демографической обстановки в России ассоциируются не с общей численностью ее населения, а с наметившимися в начале 90-х гг XX в. неблагоприятными тенденциями в области воспроизводства населения, а именно депопуляционными процессами, особенно в европейской части страны [4].

По прогнозам Госкомстата, население России за 2001-2016 гг. может уменьшиться на 10,5 млн человек. На начало января 2001 года оценочная численность населения России упала до 144 840 тыс. человек. К началу 2006 года она уменьшилась до 143209 тыс., к началу 2011 года – до 137 914 тыс., к началу 2016 года – до 134 378 тыс., а к 2050 году население сократится, по прогнозам Госкомстата, до 90-100 млн человек [3].

Особенно значим вопрос о старении населения России, о соотношении трудоспособного и пенсионного населения. Все трудоспособное на-

селение уменьшится с 91,2 млн в 2005 году до 29,4 млн в 2045 г. Это гигантское падение будет вызвано изменениями в возрастной структуре населения. В 2040 г. количество трудоспособного населения (38,8 млн) сравняется с количеством населения пенсионного возраста (39,3 млн). Количество детей сократится до 2,9 млн человек в 2045 г. [1].

Пути решения демографической проблемы активно обсуждались 15.02.2001 г. на заседании Правительства России и были сформулированы следующим образом:

- увеличение продолжительности жизни населения за счет улучшения качества жизни;
- снижение преждевременной смертности, в первую очередь, младенческой;
- сокращение заболеваемости, травматизма и инвалидности;
- стимулирование желания семьи иметь детей.

В наши дни большинство стран мира, в том числе и Россия, стремятся управлять воспроизводством населения, проводя государственную демографическую политику, мерами которой являются единовременные ссуды молодожёнам; пособия при рождении каждого ребенка; ежемесячные пособия для детей; оплачиваемые отпуска по уходу за ребенком.

Что касается сырьевой проблемы, то долгие годы считалось, что России сырьевой кризис в обозримом будущем не угрожает. Россия до сих пор остается крупнейшим производителем сырья (11% мировой добычи нефти, более 30% – газа, 10% – каменного угля, 14% – товарной руды, 10-15% – цветных и редких металлов). Однако российские месторождения отличаются от многих зарубежных более сложными условиями разработки и худшим качеством полезных ископаемых. Все острее становится также проблема истощения месторождений, особенно нефтяных. Чрезвычайно слабо используются в России вторичные ресурсы. Так, официальные данные свидетельствуют о том, что в стране с учетом отходов горнодобывающей, металлургической, химической, целлюлозно-бумажной и деревообрабатывающей отраслей в начале XX в. скопилось около 120 млрд т. отходов, и ежегодно к этому количеству добавляется еще 10 млрд т. [2].

Предполагаемые пути решения этой проблемы – использование альтернативных источников энергии; увеличение КПД добывания и производства, использование вторичных ресурсов.

Имеет место в России и продовольственная проблема. Россия – самая большая страна в мире, общая площадь которой равна 1708 млн га, однако при таких размерах территории наша страна имеет относительно небольшое количество земельных угодий, благоприятных для жизни и хозяйственной деятельности человека. Это связано с неблагоприятным

географическим положением России, климатические условия также существенно ограничивают возможности для успешного развития сельского хозяйства. Вся территория страны находится в зоне рискованного земледелия, и только 222 млн га могут использоваться в сельском хозяйстве.

В 2007 г. Россия была обеспечена своими продовольственными товарами всего на 55%, в текущем году еще меньше. Так, в Москве доля импортного продовольствия составила 78% [4].

Пути решения этой проблемы: увеличение производства продовольствия на основе интенсификации производства и защиты региональных рынков от международной конкуренции; развитие биотехнологии и доступ к результатам исследований и достижений в этой области.

Сегодня экологическую ситуацию в мире можно охарактеризовать как близкую к критической ситуации. Среди проявлений глобальной экологической проблемы можно отметить следующие: уничтожены и продолжают уничтожаться тысячи видов растений и животных; в значительной мере истреблен лесной покров; стремительно сокращается имеющийся запас полезных ископаемых; мировой океан не только истощается в результате уничтожения живых организмов, но и перестает быть регулятором природных процессов; атмосфера во многих местах загрязнена до предельно допустимых размеров, а чистый воздух становится дефицитом; частично разрушен озоновый слой.

Россия – одна из самых загрязненных в экологическом отношении стран на планете. Регулярный учет вредных выбросов в атмосферу ведется на 18 тыс. предприятий. Причины роста выбросов – это нарушение технологических режимов, использование низкокачественного и некондиционного сырья и топлива и т.п. В список городов с наибольшим уровнем загрязнения вошли Архангельск, Братск, Грозный, Кемерово, Красноярск, Москва, Новосибирск и др. – всего 41 город [4].

На территории страны практически все водные объекты подвержены антропогенному влиянию, качество воды большинства из них не отвечает нормативным требованиям. Наибольшей антропогенной нагрузке подвергается Волга с притоками Кама и Ока.

Россия располагает площадью, равной около 1,2 млрд га, и почти 25% мировых запасов древесины, однако расчетная лесосека используется нерационально. Велики отходы при заготовке и использовании леса. При переработке теряется около 20% древесины. Лесовосстановительные работы отстают от рубки леса ежегодно на 1,1 млн га. Значительный ущерб наносят пожары. Идет процесс истощения лесов от загрязнения атмосферы вредными выбросами.

Истощается также видовой фонд флоры и фауны, многие виды животных и растений находятся под угрозой исчезновения. На данный мо-

мент выделяют 16-18 % общей территории России, которая представляет собой зону экологического кризиса.

Пути решения экологической проблемы в России: запрещено использовать самые вредные средства против вредителей растений, чтобы предотвратить их попадание в водоемы вместе со сточными водами; разработка и внедрение безотходных технологий; озеленение населенных мест; снижение интенсивности движения транспорта на перегруженных автомагистралях; выработка и последовательная, максимально эффективная реализация государственной экологической политики; формирование нового экологического мировоззрения.

На протяжении нескольких послевоенных десятилетий проблема предотвращения новой мировой войны была важнейшей глобальной проблемой человечества. На планете все еще хранятся точки потенциальных международных или межнациональных конфликтов. Только от окончания Второй мировой войны к началу 90-х гг. XX в. состоялись свыше 30 международных и около 90 внутригосударственных конфликтов, в которых погибли десятки миллионов людей. Наибольшую потенциальную опасность для человечества и естественной среды представляет ядерное оружие.

Две страны – США и Россия – тратят почти половину средств бюджета на военные нужды. На удовлетворение спроса на военные товары и услуги, по оценке ЮНЕСКО, работает 50 млн человек, в разработках военного характера принимают участие полмиллиона ученых и конструкторов, или 1/5 ученых мира. В настоящее время в России насчитывается 811 носителей ядерного оружия и 3906 ядерных боезарядов [4].

Таким образом, в России мы видим проявление множества глобальных проблем, которые имеют свои особенности. Правительство РФ принимает меры по их решению, однако глобальные проблемы человечества не могут быть решены силами одной страны. Необходимы широкие международные связи для совместной деятельности по выработке положений об охране окружающей среды, согласованию экономической политики, помощи отсталым странам и т.п.

Библиографический список

1. **Барановский В.Г.**, Богатуров А.Д. Современные глобальные проблемы. М.: изд-во «Аспект Пресс», 2010.
2. **Коробкин В.И.**, Предельский Л.В. Экология. М.: изд-во «Феникс», 2007.
3. Глобальные проблемы человечества: междисциплинарный научно-практический сборник. М., 2006.
4. <http://www.demography.ru>