



ОСТАВЬ СВОЙ

СЛЕД В НАУКЕ

nauchforum.ru



I Молодежный научный форум

**ОБЩЕСТВЕННЫЕ
И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

г. МОСКВА, 2013 г.



ОСТАВЬ СВОЙ

СЛЕД В НАУКЕ

МЕЖДУНАРОДНЫЕ НАУЧНЫЕ
СТУДЕНЧЕСКИЕ КОНФЕРЕНЦИИ

МАТЕРИАЛЫ I СТУДЕНЧЕСКОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЗАОЧНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**

**ОБЩЕСТВЕННЫЕ
И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

Москва, 2013 г.

УДК 3+33
ББК 60+65.050
М 75

М 75 «Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки»: материалы I студенческой международной заочной научно-практической конференции. (13 Марта 2013 г.) — Москва: Изд. «Международный Центр Науки и Образования», 2013. — 124 с.

ISBN 978-5-00021-015-4

Сборник трудов I студенческой международной заочной научно-практической конференции «Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

ISBN 978-5-00021-015-4

ББК 60+65.050

«Международный Центр Науки и Образования», 2013 г.

Оглавление

Секция 1. Социология	5
ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ И МОЛОДЕЖЬ	5
Заботкина Софья Игоревна Жукова Екатерина Андреевна Иванова Лариса Борисовна Карагичева Ираида Владимировна	
ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС	10
Зулькорнеева Ляйля Ибрагимовна	
ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЁЖИ К СЕМЬЕ КАК К ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ МОЛОДЁЖИ Г. ЕЛЬЦА)	17
Тамилина Олеся Витальевна Зайцева Ирина Александровна	
Секция 2. Философия	23
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПОНЯТИЯ БЫТИЯ В ФУНДАМЕНТАЛЬНОЙ ОНТОЛОГИИ М. ХАЙДЕГГЕРА	23
Рыскулбекова Динара Ануарбеккызы	
Секция 3. Менеджмент	29
СОБЕСЕДОВАНИЕ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА	29
Аверина Александра Дмитриевна Прудникова Ольга Александровна	
СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СПЕЦИАЛИСТАМ В СФЕРЕ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА	34
Бояркина Мария Владимировна Стуканова Ирина Петровна	
PR-МЕНЕДЖЕРЫ: ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭФФЕКТИВНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ	40
Красова Варвара Михайловна Стуканова Ирина Петровна	
ВНЕДРЕНИЕ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНИКИ VSM И ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ДВЕРЕЙ И ОКОН	43
Муратов Равиль Русланович Гусев Денис Александрович	

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ИГР В МЕНЕДЖМЕНТЕ Силютинa Эльвира Романовна Стуканова Ирина Петровна	52
Секция 4. Реклама и PR	59
МЕГАФОН И МEGАСОМ — ТРАНСФЕРТ УСПЕХА Аламанова Сайкал Саламатовна Темирбекова Жанар Амангельдыевна	59
Секция 5. Экономика	67
КОМПЛЕКСНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО И ДОБРОВОЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ Артюх Дарья Михайловна Фролкин Виктор Степанович	67
ЛОГИСТИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬХОЗКООПЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ Бабина Элеонора Владиславовна Бабина Юлия Васильевна	74
ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ Блюмина Анна Александровна Базуева Елена Валерьевна	83
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СТАВКИ ДИСКОНТИРОВАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ Голикова Анна Сергеевна Лисовский Максим Иванович	98
АВТОМАТИЗАЦИЯ РАСЧЕТОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИЙ Иванькова Снежанна Леонидовна Пузанова Евгения Сергеевна Шерман Инна Рувимовна	107
РОЛЬ И МЕСТО ГОСКОРПОРАЦИЙ В СИСТЕМЕ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ Чекардина Елизавета Юрьевна Гуцан Татьяна Григорьевна	117

СЕКЦИЯ 1. СОЦИОЛОГИЯ

ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ И МОЛОДЕЖЬ

Заботкина Софья Игоревна

*студент БУ СПО «Нижевартовский профессиональный колледж»,
г. Нижневартовск*

Жукова Екатерина Андреевна

*студент БУ СПО «Нижевартовский профессиональный колледж»,
г. Нижневартовск*

Иванова Лариса Борисовна

*научный руководитель, преподаватель БУ СПО «Нижевартовский
профессиональный колледж», г. Нижневартовск*

Карагичева Ираида Владимировна

*научный руководитель, преподаватель БУ СПО «Нижевартовский
профессиональный колледж», г. Нижневартовск*

Проблема общения относится к числу важнейших для подростка и старшеклассника сфер жизнедеятельности. Все признают и значение общения в формировании личности в подростковом и юношеском возрасте. Эти периоды очень важны для формирования личности. Поэтому изучение проблем общения становится весьма актуальным. Ее актуальность возрастает в наше время, когда резко меняются социальные отношения, характер личностных взаимодействий, моральных норм, ценностей и т. д. Предметом нашего исследования являются некоторые формы общения, а именно социальные сети. Любители сидеть в «Одноклассниках» или делиться новостями «ВКонтакте» называют свое времяпрепровождение включением в социальную сеть. Сегодня все аспекты нашей жизни плавно переключались в Интернет.

Цель работы: Исследовать влияние интернет-коммуникаций на молодежь.

Задачи нашего проекта: узнать положительные и отрицательные стороны общения в Интернет-сети. Какое влияние оказывает общение через Интернет на формирование личности.

Существует много разных социальных сетей вот самые распространенные:

FACEBOOK — Мировой лидер. У сети есть возможность развиваться на международном рынке. Это одна из причин его популярности и повсеместного успеха. **Для кого:** задумывалась как социальная сеть для молодых людей (в основном студентов и недавних выпускников вузов). **Для чего:** для общения с возможностью разговора на разных языках. Быстрый способ обмениваться информацией. **Особенности:** в США друзей принято добавлять только после личного знакомства, а не до него, как у нас.

MYSPACE — США, Европа — более 95 млн человек. **Для кого:** в основном, для людей среднего возраста, сообществ по интересам. **Для чего:** обмен информации, размещение объявлений, ведение дневников. **Особенности:** MYSPACE следит за безопасностью своих пользователей. Так, например, он ограничивает возможности общения совершеннолетних посетителей с несовершеннолетними.

TWITTER — США, растет популярность и в других странах мира. По состоянию на сентябрь 2010 года сервис насчитывал более 145 млн пользователей. **Для кого:** самая разная аудитория, и по возрасту, и по социальному статусу. **Для чего:** TWITTER большей степени является платформой для микроблогинга. **Особенности:** научные тесты показали: чрезмерное пользование TWITTER ухудшает качество рабочей памяти и снижает показатели IQ.

LINKEDIN — распространение — в основном северная Америка, а так же страны Европы. **Для кого:** в сети зарегистрированы профессионалы, представляющие в общей сложности 150 отраслей бизнеса. **Для чего:** здесь можно пообщаться со своими бывшими, нынешними и будущими коллегами, партнерами, связаться с потенциальными работодателями, а так же разместить информацию о своем опыте по специальности, рекомендации, ссылки

на работы и проекты. **Особенности:** регистрируясь в сети, вы создаете профиль, в котором указываете, прежде всего, свои профессиональные достижения, перечисляете деловые качества, в отличие от других сетей.

ODNOKLASSNIKI — распространение: Россия, Украина (есть версия на украинском языке). **Для кого:** основные посетители сайты — люди 30—40 лет. **Для чего:** удобно общаться с бывшими одноклассниками, однокурсниками, коллегами. **Особенности:** запрещены ссылки на одного из главных конкурентов — сеть «ВКонтакте».

VKONTAKTE- Россия СНГ. **Для кого:** особенно популярно у молодежи до 20 лет. **Для чего:** пользователь может здесь вступить во множество групп по интересам и т. д. **Особенности:** сайт отличается заметным количеством спама. Стоит быть осторожнее со ссылками: есть много непроверенных.

MOIKRUG — распространение: Россия (примерно 900 тыс посетителей в месяц). **Для кого:** для молодежи и людей средних лет, заинтересованных в налаживании, по преимуществу, деловых и профессиональных связей. **Для чего:** здесь можно опубликовать вакансию. Найти хорошее место: достаточно разместить резюме, поставить галочку в графе «ищу работу». **Особенности:** сеть интегрирована с несколькими популярными рекрутинговыми ресурсами. Аналог зарубежных сайтов LINKEDIN и MYSPACE.

Снижение реального общения — вот основная претензия к социальным сетям. Даже их создатель Рэнди Конрад признался, что не хотел настолько подменять настоящие контакты виртуальными. Общение через интернет может быть благом. Но всегда ли мы чувствуем ту грань, за которой благо оборачивается недоразумениями, проблемами, а то и большими неприятностями. Порой мы подвергаем опасности как минимум свою личную жизнь, выкладывая о себе слишком много информации и лишаясь приватности.

ПРИЛОЖЕНИЕ

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ — КОММУНИКАЦИЙ НА ЛИЧНОСТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Обоснования проекта: Меняется времена, меняются люди, и вместе с ними растет и развивается технология. Раньше люди общались с помощью телефонных аппаратов, писем. Сейчас же, в XXI веке, человеку можно решить все свои проблемы, идеи, планы, делиться впечатлениями, не выходя из дома.

Гипотеза: Язык виртуального общения не воспринимается всерьёз из-за неправильного написания слов при общении в Интернете, тем самым снижая общую культуру между людьми.

Объект исследования: Студенты НПК, возраст 15—20.

Метод исследования: Анкетирование.

АНКЕТА

Группа студентов колледжа проводит исследование с целью получения опыта самостоятельной научной деятельности. Данное исследование посвящено выявлению воздействия сети Интернет на личность. Просим отвечать честно. Анонимность гарантируем. Заранее благодарим Вас за сотрудничество!

Воздействие сети Интернет на личность

1. Общаетесь ли Вы с помощью сети Интернет?

- Да
- Нет
- Охарактеризуйте процесс общения в Интернете:
- Общаюсь только по учебе (ищу материал для сообщений, докладов, рефератов и пр.)

- Общаюсь ради самого общения, знакомлюсь, переписываюсь с друзьями и пр.

- Общаюсь как по учебе, так и из-за личного интереса

Иное _____

- Как долго Вы общаетесь с помощью Интернета? (в годах или месяцах) _____

• Согласно ли Вы со следующим утверждением: «В моей жизни был период, когда я общался (общалась) с помощью Интернета достаточно интенсивно, но сейчас я стал (стала) общаться таким образом намного реже»

1. Да

2. Нет

• Вы часто пользуетесь Интернетом для общения?

• Общаюсь каждый день или почти каждый день

• 1-2 раза в неделю

• от 1 до 3 раз в месяц

• Очень редко, раз в несколько месяцев и даже реже

• Назовите средство общения, которым вы пользуетесь чаще всего?

• Электронная почта

• Ролевые игры (MUD's)

• ICQ

• Чат

• Форум

• Иное _____

• Ваш пол _____

• Возраст _____

• Образование _____

• Будущая специальность _____

Было опрошено 169 обучающихся разных курсов четырех специальностей.

Результат получился предсказуемым:

94 % опрошенных общаются посредством интернета. Причем из них каждый день выходит в интернет 81 % процент, а еще 19 % процентов дважды в неделю.

Ради самого общения в просторах интернета из 169 учеников появляется 127, 48 по личным вопросам, четверо не выходят в сеть. И лишь 8 ищут полезную информацию или посещают сайты по работе.

Все, кто ответил положительно на первый вопрос, имеют разный стаж общения. От 3 месяцев до 4 лет — основная масса. Самое большее количество иннет-пользователей это те, кто имеет стаж около полутора лет.

Самые распространенные способы общения — социальная сеть VKONTAKTE и ICQ. Далее следуют электронная почта, чат, форум, Skype, Facebook и прочее.

Опрашиваемые — обучающиеся по профессии Повар-кондитер, Наладчик АО, Оператор ЭВМ и Электромонтеры. Были опрошены 93 юноши и 76 девушек в возрасте от 15 до 20 лет. Основной контингент — 17—18 лет.

В итоге, позитивная картина. Почти все опрашиваемые уделяют слишком много времени общению в сети, что неблагоприятно влияет на них.

Список литературы:

1. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов (Под ред. А.П. Садохина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 352 с. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.countries.ru/library/intercult/mkzn.htm> (дата обращения 09.11.2012).
2. Общение в Интернет! — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://olimpiada-school116.narod.ru/internet.htm> (дата обращения 09.11.2012).
3. Что помогает и что мешает общению? — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.psylove.ru/articles/3211_что-помогает-i-что-мешает-obsheniю.aspx (дата обращения 02.11.2012).

ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС

Зулькорнеева Ляйля Ибрагимовна

студент Астраханского государственного университета, г. Астрахань

Ценностная ориентация молодежи — одна из интереснейших и в то же время важнейших тем современности. В сегодняшнем динамичном, быстроменяющемся мире социальные группы подвержены влиянию со стороны различных факторов. Особенно это касается такой группы, как молодежь. Ведь

молодые люди находятся только в начале своего жизненного пути и нуждаются в ориентирах, которыми и выступают ценности.

То есть, каковы ценностные ориентиры молодежи, таково же и их будущее? С определенной долей уверенности можно сказать и так. Мы прекрасно знаем и замечаем, что современный нам мир находится в постоянном развитии, одной из важнейших движущих сил которого является прогресс техники и науки. Можно сказать, что общественное развитие идет следом за развитием научно-техническим. Мы не можем отрицать огромное влияние на общественные процессы таких изобретений, как персональные компьютеры (ПК, ноутбуки, нэтбуки и другие их разновидности), мобильные телефоны и, конечно, глобальной сети Интернет. Так каким же образом именно научно-технический прогресс влияет на ценностные ориентации молодежи и их жизнь в целом? Да и влияет ли вообще?

Начнем с того, что понятие ценности тесно взаимосвязано с понятием культуры. Следовательно, понятие «ценности молодежи» непосредственно связано с понятием «молодежная культура». По словам С.И. Левиковой, молодежная культура представляет собой частичную культурную подсистему внутри базовой культуры общества, которая служит либо средством адаптации к нормам и ценностям жизни общества, либо попыткой корректировки старой системы и создания новой [3, с. 178]. И существует молодежная культура как таковая только в вышеупомянутом динамичном обществе. Почему? С.И. Левикова дает ответ на этот вопрос, с которым я полностью согласна.

Любому человеку характерна потребность в самовыражении, которое осуществляется через деятельность, работу, профессию. Мы же знаем, что в традиционном обществе, которое характеризуется статичностью, период подготовки к профессиональной деятельности был недолгим. Ребенок с детства наследовал дело (ремесло) предков, и на то, чтобы овладеть той или иной профессией (кузнец, повар, пастух и т. д.), достаточно было наблюдения и краткосрочного обучения. Таким образом, становясь биологически взрослым,

молодые люди уже могли проявить себя в ремесле, обеспечивая семью и занимая определенный социальный статус.

В динамичном обществе дело обстоит по-другому. С изобретением разного рода техники и машин и внедрением их в производство меняется сам характер обществ и их культур. Изменения культуры убыстряются, и для усвоения этих изменений требуется длительный период обучения, вхождения в эту культуру и адаптивные способности. И каким же образом молодому человеку реализовать себя в таких условиях? С одной стороны, он биологически взрослеет, а с другой — он еще не успевает приобрести свой социальный статус, ведь ему нужно продолжать обучение. При таких обстоятельствах и сложились молодежные культуры (субкультуры), явившие собой новых агентов социализации и помощников в адаптации молодежи [3, с. 179].

В Росси на данный момент существует множество молодежных культур, и каждая из них навязывает свои ценности и идеалы. Выделяемая исследователями наркогенная субкультура провозглашает гедонистическое мировоззрение — систему представлений об удовольствии как основной жизненной ценности [4, с. 43]. Культура скинхедов говорит о ценностях патриотизма, в искаженных вариантах даже расизма. И так можно перечислять довольно долго. Некоторые исследования, посвященные проблеме молодежи, разбивают ее на ряд других групп, тоже в какой-то степени являющихся культурами, правда не такими явными и заметными лишь для исследователей. Именно эти группы имеют главным отличием между собой ценностные ориентиры молодого населения. Так, Институт социологии РАН в Аналитическом докладе за 2007 год, подразделяют следующие молодежные группы. Первая условно именуется «семейной», составляющая 13 % от числа всей молодежи, в нее входят молодые люди, которые хотят и считают, что им по силам создать прочную семью. «Труженики» (17 %) — это та часть молодежи, которая заявляет о том, что им по силам получить хорошее образование, престижную и интересную работу. Третья группа — «предприимчивые» (20 %) — это россияне в возрасте от 17 до 26 лет, которые

говорят о том, что они в силах добиться создания собственного бизнеса и достижения богатства. Уже частично оговоренные «гедонисты» составляют четвертую группу (10 %), члены которой в первую очередь рассчитывают иметь много свободного времени и проводить его в свое удовольствие. При этом значительную часть молодежи (19 %) составляют «максималисты», которые рассчитывают достичь успехов практически во всех сферах. 5 % от общей численности молодежи занимает группа «карьеристов» — это молодежь, которая полагает, что ей по силам достичь результатов во многих сферах жизни, но не стремится жить в свое удовольствие. «Отчаявшаяся» молодежь» (5 %) — седьмая группа — не видит в себе сил достичь тех или иных успехов, а «тщеславные» (1 %) — восьмая группа — рассчитывают стать знаменитыми, сделать карьеру и иметь доступ к власти [1, с. 14—15]. Остальная часть опрошенных не входит в ряды каких-либо перечисленных групп.

Вернёмся же к технической подоплеке культурных процессов. Молодежные культуры формируются в условиях образования новых и изменения старых жизненных ценностей, т. е. в *динамичном* обществе и с беспрестанно развивающимися технологиями. Образуется некая цепочка взаимовлияния: научно-технический прогресс влияет на развитие общества в целом, а изменения общественные уже воздействуют на культурные, в рамках которых и преобразуются, уничтожаются или возникают новые ценности. И именно эти ценности приходится усваивать в процессе социализации молодой части населения. Иными словами, вступив однажды на путь модернизации, общество заведомо определило неустойчивый и меняющийся характер жизненных ценностей молодежи.

Это влияние технического прогресса на ценностные ориентации молодежи можно назвать скорее косвенным. А если есть косвенное, значит, может существовать и прямое? Да, оно существует. И на примере нашей современности это можно продемонстрировать.

Быстрое развитие технологий, появление новых изобретений и их постоянное усовершенствование сказываются на культурной сфере общества. Чего только стоит влияние Интернета. Но мы не будем сейчас говорить обо всей пагубности его влияния, об уходе молодых людей из реального мира в виртуальный и т. д. Ведь вопрос этот неоднозначен. Но все же, какая «реальность» более ценна в современном мире?

Еще 10—15 лет назад, чтобы воспользоваться Интернет-услугами, было необходимо провести определенное время за ПК. А для этого, как правило, нужно было находиться в помещении (офис, квартира и т. д.). Сейчас же, в результате развития мобильных технологий, для этого можно просто нажать пару кнопочек на сотовом телефоне. То есть, виртуальная жизнь уже тесно переплетается с жизнью реальной. Можно сидеть в автобусе, стоять в очереди, общаться со знакомыми и при этом, не теряя возможности «сидеть в интернете» и пользоваться его услугами. В принципе, что плохого в том, чтобы найти быстрым доступом к нужной нам информации? Ничего. Но по результатам научных исследований, для молодежи приоритетом пользования мобильного интернета является не поиск информации, а развлечение (Таблица 1) [5].

Проанализировав данные исследования, можно сказать, что в общем целом, поиск информации (изначальная функция глобальной сети) уже не имеет такой ценности. Мобильный Интернет ценен для молодежи своими развлекательными возможностями, нежели удобством поиска необходимой информации. В конце концов, использовать его для общения через программы мгновенного отправления сообщений (isq, skype), исключительно на мой взгляд, необязательно. Ведь в самом мобильном телефоне итак есть все необходимые функции для общения.

Таблица 1.

Цели использования людьми мобильного Интернета

Для чего вы чаще всего используете интернет на мобильном телефоне? (% от тех, кто пользуется интернетом на мобильном телефоне или смартфоне)	
Варианты ответов	Опрошенные 18—24 лет
Для пользования социальными сетями	73
Для поиска информации	68
Для пользования электронной почтой, ведения переписки	36
Чтобы слушать музыку, смотреть фильмы, читать книги и пр.	32
Для того чтобы следить за новостями, событиями в мире и стране	25
Для общения через программы мгновенного отправления сообщений (icq, skype)	10

Но не стоит заранее делать угнетающие выводы. Реальная жизнь не может так просто уступить свои позиции жизни виртуальной.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) посвятил одно из своих исследований именно этому вопросу. Изучалось, каким образом люди относятся к тем или иным интернет услугам. Способна ли виртуальная жизнь заменить жизнь реальную? Наглядно, можно проследить это «противоборство» в представленной центром таблицей (Таблица 2) [2].

Таблица 2.

Сравнение степени ценности действий реальной и виртуальной жизни для респондентов

Если говорить о разных видах Интернет-ресурсов, то какими из них Вы пользуетесь и как часто? (% от пользователей Интернета)		Как часто вы совершаете следующие действия (не в интернете)? (% от пользователей Интернета)	
Интернет-магазины	42	Покупаю вещи в магазинах	83
Онлайн-тв	47	Смотрю ТВ	89
Электронные книги	37	Читаю печатные книги	48
Форумы, блоги	61	Беру советы у друзей	75
Интернет-издания	59	Читаю печатные журналы	77
Онлайн-знакомства	25	Знакомлюсь с людьми	52
Социальные сети	85	Встречаюсь с друзьями	92
Онлайн-радио	30	Слушаю радио	65
Гео-сервисы	25	Пользуюсь картами	38
Электронная почта	76	Пишу и отправляю письма	23
Интернет-игры	47	Играю с друзьями в игры	43

Как ни странно, но мы ясно видим, что виртуальная жизнь довольно сильно уступает реальной. И это не может не радовать. Хотя, конечно, по некоторым показателям она уже максимально приблизилась к показателям реальности (Социальные сети — Встреча с друзьями), а кое-где, Интернет-ресурсы оказались даже более популярными. Например, электронная почта фактически полностью вытеснила обычную, за счет своей удобства, а значимость электронных книг уже почти сравнялась с ценностью печатных книг.

Уже два этих исследования демонстрируют, каким образом, быстро или медленно, сильно и незначительно могут преобразовываться и изменяться ценности современной молодежи под влиянием технологических изобретений. С момента появления электронной почты прошло более сорока лет, однако только с широким распространением ПК она стала настолько популярной, что практически вытеснила «бумажную почту». С этим же фактом связано и распространение Интернета в целом. Так же несколько десятилетий прошло с момента создания сотового телефона, функцией которого служила более удобная и быстрая связь. Но с его усовершенствованием, удешевлением и, как следствие, большим распространением, этих функций стало гораздо больше. Соответственно, телефон стал более важным в жизни каждого человека и более ценным атрибутом для общественной жизни.

В ходе данной небольшой исследовательской работы я попыталась доказать, что техника и технологии, научно-технический прогресс оказывают значительное влияние на формирование ценностей конкретной общественной группы — молодежи. Изначально, все это повлияло на структуру и характер всего общества в целом — оно перешло из статичной традиционной стадии в стадию динамичную. Именно тогда произошло выделение молодежной культуры, определяющей ценностную ориентацию молодого поколения. Однако, в ходе продолжающегося и убыстряющегося НТП влияние технологий стало прямым. Теперь не производственная техника влияет на молодежную культуру, а технологии повседневной жизни формируют новые ценностные

ориентации непосредственно самих людей. Иными словами, НТР и процесс формирования жизненных ценностей общества можно считать взаимосвязанными явлениями. И молодежь выступает тому одним из самых ярких примеров.

Список литературы:

1. Аналитический доклад. Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты // РАН Институт социологии. Москва, 2007. — [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: http://www.isras.ru/analytical_report_Youth.html.
2. Виртуальная реальность vs реальная жизнь: выбор интернетчиков// ВЦИОМ Пресс выпуск № 2090. 2012. — [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112964>.
3. Левикова С.И. Место техники в системе ценностей молодежной культуры // Общественные науки и современность. № 4. 2001. — С. 178—188.
4. Макеева А. Молодежная наркогенная субкультура как социальный феномен // Прикладная психология и психоанализ. № 5—6. 1998. — С. 42—48.
5. Соцсети и мобильный интернет — взаимный рост и взаимоусиление // ВЦИОМ Пресс-выпуск № 2020. 2012. — [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112767>.

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЁЖИ К СЕМЬЕ КАК К ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ МОЛОДЁЖИ Г. ЕЛЬЦА)

Тамилина Олеся Витальевна

студент Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина, г. Елец

Зайцева Ирина Александровна

*научный руководитель, доцент, Елецкий государственный университет
им. И.А. Бунина, г. Елец*

На современном этапе развития общества семья является важнейшей ценностью государства, которое заинтересованно в сохранении своего народонаселения. Именно положение семьи, а также тенденции, характеризующие ее состояние, являются показателями дел в стране. В последние десятилетия взаимосвязь семьи с обществом значительно ослабла, что отрицательно повлияло как на семью, так и на общество в целом, которое

уже испытывает потребность в восстановлении прежних семейных ценностей, а также в организации практической подготовки молодежи к семейной жизни.

Система ценностей человека является «фундаментом» его отношения к окружающей действительности. Как отметил В.П. Тугаринов: «Ценности — это то, что нужно людям для удовлетворения потребностей и интересов, а также идеи и их побуждения в качестве нормы, цели и идеала» [3].

Семейные ценности — это культивируемая в обществе совокупность представлений о семье, влияющая на выбор семейных целей, способов организации жизнедеятельности и взаимодействия [2]. Семейные ценности можно дифференцировать по элементам связи внутри семьи. Можно выделить: ценности, связанные с супружеством; ценности, связанные с родительством и ценности, связанные с родством. Среди ценностей супружества выделяют такие ценности, как ценность брака, ценность равноправия супругов или ценность доминирования одного из них, ценности различных половых ролей в семье, ценность межличностных коммуникаций между супругами, отношений взаимоподдержки и взаимопонимания супругов. К основным ценностям родительства относятся ценность детей, включающая в себя ценность многодетности или малодетности, а также ценность воспитания и социализации детей в семье. К ценностям родства можно отнести ценность наличия родственников (например, братьев и сестер), ценность взаимодействия и взаимопомощи между родственниками, ценность расширенной или нуклеарной семьи [1].

Изучение мнений современной молодежи о своей будущей семье, понимание того, какими ценностями, руководствуются молодые люди в современном обществе, является актуальным. Молодежь в современном обществе является «мобильной» частью общества, которая легко может адаптироваться к происходящим социальным переменам в государстве. Проходя этап своего становления, современная молодежь находится в условиях, где происходит формирование социальных отношений и утрата

старых ценностей. Именно отсюда зарождается растерянность и пессимизм, неверие в будущее своей страны.

Будущие супруги должны быть готовы к тому, чтобы сознательными совместными усилиями создать благоприятные условия для жизни семьи, для каждого его члена. Важное мнение современной молодежи представляет значение семьи и ее ценности. Нами был проведен опрос среди студентов ЕГУ в январе 2013 г. (N=50 чел.). В опросе приняли участие 12 чел., состоящих в браке; 14 чел., живущих в паре, но не регистрирующих свои отношения; 22 чел., планирующих вступить в брак.

Исследование показало, что семья для молодых людей стоит в системе ценностей на первом месте. На втором месте «образование», на третьем «любовь», далее: «здоровье», «дети».

Большинство опрошенных знают, что такое «семья». Так 46 % респондентов ответили, что «семья — это союз уважающих и любящих друг друга двух людей», для 22 % «семья — родители и дети», для 8 % «семья — это представители разных поколений, которые связаны друг с другом духовным и кровным родством», 6 % ответили «семья — это социальная группа, в которой права и обязанности супругов равны», 18 % «затруднились с ответом».

Респондентам были предложены семейные ценности, из которых было предложено выбрать наиболее важные для них. Были получены следующие результаты (допускалось до 3 ответов): любовь (86 %), дети (100 %), поддержка, забота (68 %), взаимопонимание (48 %), совместное времяпровождение (14 %), эмоционально-психологический комфорт (8 %), материальная обеспеченность (4 %), постоянные сексуальные отношения (22 %), стабильность (42 %).

Результаты полученные в ходе опроса показывают, что для большинства (64 %) «гражданский брак» (сожительство) является первой ступенью к последующей регистрации брака, созданию семьи, для 22 % данная форма семейно-брачных отношений является новой моделью семьи, и только для 14 % «гражданский брак» (сожительство) является негативным явлением, которое

ставит под сомнение ценность семьи и брака. Большинство молодых людей принимает форму «гражданского брака» (сожительство), из чего можно сделать вывод, что подобная модель семейно-брачных отношений будет иметь место в обществе.

Опрос показал, что главными семейными ценностями для молодых людей являются: «любовь и нежность супругов» для 43 %, «любовь к детям и желание их иметь» — 15 %, «умение прийти на помощь в трудный момент» — 17 %, «верность и преданность в браке» — 51 %. Это говорит о том, что современная молодежь старается сохранить главные ценности семьи.

Современные девушки и юноши в браке предпочитают мужского лидерство (60 %), 12 % «женское», а 28 % ответили, что «в семье должно быть равенство в отношениях». Молодые люди демонстрируют традиционные, стереотипные взгляды относительно своей роли в семье. Мужчины отводят себе роль «добытчика», «ответственного за материальное благополучие семьи», а девушки видят себя в роли «хранительницы домашнего очага». Интересны взгляды респондентов относительно черт характера, которые они хотели бы видеть в своем партнере по браку. Девушки в будущем супруге хотят видеть такие личностные качества, как верность — 38 %, честность — 28 %, доброту — 42 %, отзывчивость — 23 %, мужество — 45 %, целеустремленность — 28 %, внимательность — 26 %, уважение — 28 %. Парни основными и главными чертами личности будущей супруги выделяют: доброту — 40 %, ум — 34 %, красоту — 38 %, трудолюбие — 19 %; считают, что девушка в роли супруги должна быть «ласковой» — 26 %, «женственной» — 32 %, «верной» — 47 %.

Отношения в семье в определенной степени определяются и мотивацией вступления в брак. Молодыми людьми были выделены следующие мотивы создания семьи (допускалось несколько вариантов ответов): желание иметь детей (100 %), любовь (92 %), желание иметь постоянного сексуального партнера (86 %), способ решения бытовых проблем (12 %); сложившиеся обстоятельства (8 %).

Данные опроса показали, что девушки и юноши хотят стать родителями (100 %), при этом 68 % — хотят в будущем иметь не менее двух детей, 14 % — «трех и более детей», а 18 % ответили, что «все будет зависеть от жизненных обстоятельств».

Опрос показал, что большинство студентов (94 %) хотят после вступления поддерживать близкие отношения с родителями (в том числе и те, кто в браке). Но при этом предпочли бы жить отдельно от них (ориентация на нуклеарную семью). Только 6 % ответили, что «хотели бы продолжать жить вместе с родителями».

Полученные данные позволяют сделать вывод, что студенты представляют современную семью следующим образом: это официально зарегистрированный брак, нуклеарная, эгалитарная, малодетная семья, в основе которой лежат поддержка, забота и эмоционально-психологический комфорт.

Интересно мнение опрошенных относительно трудностей, мешающих счастливой жизни молодой семьи. Большинство опрошенных указало на жилищные трудности (отсутствие или неудовлетворительное качество жилья, проживание совместно с родителями, в общежитии) — 43 %, также молодежь волнуют материальные трудности (невысокие доходы, отсутствие собственности) — 30 %. 27 % ответили, что «на счастливую жизнь молодой семьи оказывают влияние сложности и конфликты во взаимоотношениях с родственниками».

Также опрос показал, что студенты демонстрируют низкий уровень осведомленности о государственных программах поддержки молодых семей. Среди мер поддержки молодых семей в Липецкой области, молодые люди выделили лишь «ОЦП «О государственной поддержке в обеспечении жильем молодых семей на 2011—2015 годы»» — 38 %, «ОЦП «Ипотечное жилищное кредитование на 2011—2015 годы»» — 28 %, «ОЦП «Свой Дом»» — 15 %, «ОЦП «Развитие села» — 18 %. 21 % отметили «меры адресной поддержки семьям с детьми в виде пособий, компенсационных выплат и т. д.». «Мероприятия по охране репродуктивного здоровья, просвещения по вопросам

безопасного материнства, профилактики заболеваний, передающихся половым путём заражения и т. п.» выделили 9 % респондентов. При этом только 10 % опрошенных студентов деятельность государства по поддержке молодых семей на современном этапе как эффективную, 20 % — «скорее эффективно, чем неэффективно», «скорее неэффективно, чем эффективно» — 15 %, «неэффективно» — 36 %, «затруднились ответить» — 19 %.

Данные ответы показывают необходимость совершенствования системы социальной поддержки молодой семьи. По нашему мнению основным приоритетом воспитательной работы с молодёжью в современной России должно стать формирование культуры семейных отношений, сохранение и укрепление семейных ценностей, формирование установок ответственного репродуктивного поведения. Также необходимо совершенствовать механизм информирования молодёжи по вопросам, связанным с формированием семьи, супружескими взаимоотношениями, воспитанием детей и др. Важно поддерживать инициативы молодёжи в форме семейных клубов.

Список литературы:

1. Медкова Д.В. Семейные ценности как объект социологического анализа/ Ломоносовские чтения 2003 г. Студенты. Том № 2. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: // <http://lib.socio.msu.ru/library?e=d-000-00---0lomon--00-0-0-0prompt-10---4-----0-11--1-ru-50---20-about---00031-001-1-0windowsZz-1251-00&a=d&c=lomon&cl=CL1&d=HASH703a8ca832c6cad0685868.6.5>
2. Олифирова Н.И., Зинкевич-Куземкина Т.А., Велента Т.Ф. Психология семейных кризисов / Глоссарий терминов. Статья «Семейные ценности», 2006.
3. Тугаринов В.П. Избранные философские труды. Л., 1998. С. 271.

СЕКЦИЯ 2. ФИЛОСОФИЯ

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПОНЯТИЯ БЫТИЯ В ФУНДАМЕНТАЛЬНОЙ ОНТОЛОГИИ М. ХАЙДЕГГЕРА

Рыскулбекова Динара Ануарбеккызы
магистрант ЕНУ, г. Астана

Понятие бытия для Мартина Хайдеггера является не только основой фундаментальной онтологии, но и становится основной философской темой на протяжении всего его творчества.

Задача, которая ставится в фундаментальной онтологии это задача возобновления и разработки вопроса о бытии, который как считает М. Хайдеггер пришел в забвение.

Вопрос о бытии является одним из ключевых еще со времен Античной философии. Хайдеггер делал большой акцент на традиции античной онтологии, в которой бытие и сущее являлись центральными понятиями философской мысли, начиная с Парменида. Бытие Парменида являлось единой и вечной субстанцией. При этом основными характеристиками бытия в этот период были неподвижность, неизменность, а все изменения, происходящие в мире, и которые мы можем наблюдать не более чем мир иллюзий, видимости, о котором мы не можем получить подлинного знания, а лишь мнение, которое является неустойчивым, непрочным и преходящим.

Таким образом, следует отметить, что вся онтология элеатов основывалась на тезисе Парменида о том, что бытие есть, небытия нет, при этом бытие едино и неделимо и постижимо с помощью ума, а небытие непостижимо.

Также интересно для рассмотрения бытие Платона, которое во многом критиковалось М. Хайдеггером. Бытие у Платона это множественное, но при этом умопостигаемые сущности — идеи, которые Платон определяет как истинно-сущее. Как отмечает П.П. Гайденко: «Идеи Платона неделимы

не в силу их физической нерассекаемости, а в силу их логического единства, то есть в силу их нематериальности, а потому и отсутствия в них частей, которые присущи только вещественным атомам» [1, с. 285]. При этом бытие Платона (идеи) вечно, неизменно и познаваемо лишь умом. В Софисте Платон говорит: «истинное бытие – это некие умопостигаемые и бестелесные идеи» [3, с. 30].

Античная онтология не разграничивала понятия бытия и сущего и даже отождествляла их друг другу, понятие «сущности» являлось производным от понятия «бытие». Этот предрассудок, как в дальнейшем назовет его Хайдеггер, берет свое начало из философии Платона. Платон называет сущностями идеи, для него сущность — это существующее поистине. Но в отличие от элеатов Платон признает познаваемость бытия и его движения, при этом бытие тождественно самому себе, находится в состоянии покоя, а с другой стороны отлично от себя самого, то есть приходит в движение. Также еще одним существенным основанием различающим понимание бытия элеатов и Платона является то, что Платон признает существование «ничто». «Ничто» у Платона является «принципом различия» [3, с. 118] или отношения к бытию. Именно ничто дает возможность познания не только идей, но и их отношение друг к другу. Вследствие чего Платон вводит иное, которое в свою очередь определяет в бытии различие связь и отношение. При этом, как было сказано, Платон принимает существование небытия наряду с существованием бытия, в то же время бытие познаваемо, а небытие — нет.

Следует также отметить, что Хайдеггер во многом критикует понятие идеи Платона и видит именно в ней начало забвения самого понятия бытия. Хайдеггер считал, что основная ошибка Платона заключалась в обезчеловечивании бытия. Уже у Платона мир идей в своей объективности безразличен к человеку и эта традиция продолжалась в течении всей истории западной философской мысли. Хайдеггер же требует от всей западной философии проследить все этапы становления этого понятия с самого начала, что мыслитель называл «деструкцией» истории философии. «Только выяснение

сущности человеческого бытия раскрывает сущность бытия» [8, с. 106]. Хайдеггер в свою очередь бытие рассматривает и трактует через понимание человеческого бытия (Dasein, «тут-бытия»).

Итак, данная формулировка понятия бытия являлась господствующей на протяжении веков истории онтологии. Как отмечает Хайдеггер на почве греческой онтологии сложилась догма, которая вопрос о смысле бытия определила излишним, вследствие чего полностью забытым. Попытки дать дефиницию понятию бытия определяли его как наиболее общее и наиболее пустое понятие, но Хайдеггер считал, что дать понятию бытия дефиницию невозможно, и более того, оно в нем не нуждается.

Хайдеггер пытается развеять все предрассудки, которые успели сформироваться на протяжении истории философии, связанные с вопросом бытия, и подчеркивает то, что корень этих предрассудков основывается в философии и онтологии античности. Хайдеггер выделяет несколько предрассудков, во-первых, это предрассудок связанный непосредственно с самой дефиницией понятия бытия: «Бытие есть наиболее общее» понятие» [5; 3], данное суждение было плодом метафизики, которую как говорил сам Хайдеггер он смог преодолеть, при этом он отмечает, что: «это не может значить, что оно самое ясное и не требует никакого дальнейшего разбора понятие бытия скорее самое темное» [5; 3].

Следующий предрассудок, связанный с термином бытие связан с попыткой ограничить понятие бытия неопределимостью. Данный предрассудок Хайдеггер связывает с традицией отождествления бытия и сущего, он считает, что бытие не может быть определено относительно сущего. Но невозможность дать дефиницию понятию бытия не снимает никакой проблемы, то, что можно с уверенностью сказать, это то что ««бытие» не есть нечто наподобие сущего» [5; 4]. Таким образом Хайдеггер подчеркивает, что такой способ определения сущего как дефиниция не применим к вопросу бытия, и именно эта неопределимость бытия понуждает к возобновлению данного вопроса.

И последнее, Хайдеггер критикует понимание бытия как само собой разумеющееся. Как отмечает философ: «средняя понятность лишь демонстрирует непонятность. Она делает очевидным, что во всяком отношении и бытию к сущему как сущему а priori лежит загадка. Что мы всегда уже живем в некой бытийной понятливости и смысл бытия вместе с тем окутан тьмой, доказывает принципиальную необходимость возобновления вопроса о смысле «бытия»» [5; 4].

Таким образом, для разрешения данных предрассудков М. Хайдеггер вводит термин — «онтологическая дифференция» [6]. Онтологическая дифференция означает различие между бытием и бытийствующим (сущее).

Как было уже отмечено в фундаментальной онтологии важным и даже определяющим фактором бытия является его соотношение с сущим. Приведем пример из основной работы М. Хайдеггера «Бытие и время»: «бытие не есть что-либо из сущего ... бытие не может прийти к определенности путем приписывания ему сущего». Этот тезис в дальнейшем преобразуется Хайдеггером: «Бытие сущего само не «есть» сущее». Как отмечает А.Б. Паткуль: «...бытие это не существование сущего, а бытие не есть подобно тому, как есть сущее» [2, с. 64]. Следовательно, сущее — есть, в то время как бытие может быть лишь дано.

Данная тенденция радикального противопоставления бытия и сущего может быть расценена позитивно, как «бытие есть всегда бытие сущего» [5; 9]. При этом бытие как таковое, полностью отделенное от сущего, существовать не может, таким образом можно утверждать, что бытие есть ничто из сущего.

Еще одним важным моментом в различении бытия и сущего является более определенное отношение. Бытие всегда определяет сущее сущим: «Спрошенное подлежащего разработке вопроса есть бытие, то, что определяет сущее как сущее, то в виду чего сущее, как бы оно не осмыслялось, всегда уже понято» [5; 6].

Таким образом, сущее есть сущее относительно бытия. Бытие есть «быть» сущего. Однако такое положение дел никак не связано с подобием

платоновской идеей блага. Бытие как таковое не нуждается и не отсылается, по Хайдеггеру, к дальнейшей идее бытия, возводя ее в отдельный вид сущего. Хайдеггер утверждает, что сущее может быть определено своим бытием. Этот момент описывает Ф.-В. Фон Херрманн: «Бытие есть то, что определяет сущее как сущее. В качестве, таким образом, определяющего оно есть равным образом то, на что, соответственно, откуда мы уже поняли сущее, с которым мы имеем дело, как сущим. Определяющее есть бытие как на-что нашего понимания сущего. Если определяющее есть равным образом на-что, то бытие есть определяющее сущее как сущее только в пределах нашего понимания бытия. Само определение имеет свое место в бытийном понимании. Бытие, на которое мы в своем отношении к сущему всякий раз поняли таковое как сущее, определяет сущее в пределах нашего бытийного понимания. Определение сущего как сущего есть некоторое свершение в округе бытийного понимания» [7, с. 60]

Этим самым понятие бытия усложняется у Хайдеггера, как отмечает Я.А. Слинин: «само понятие бытия оказывается у Хайдеггера необычным. Оно становится отличным от того понятия, которое употребляется в традиционной философии, с трудом сравнимым с ним... Хайдеггер... говорит, что бытие вовсе не является простым и тем более простейшим понятием, каким его считает традиция... простым понятием не может быть выражено бытие как таковое» [4, с. 103—104]

Итак, отличительной чертой фундаментальной онтологии является выделение эссенции и экзистенции, то есть бытийствующего и способа быть.

Исследование способов бытия сущего приводит Хайдеггера возможно к основному моменту фундаментальной онтологии. Таким образом, сущим может, является любой человек, вопрошающий о смысле бытия, таким образом, предметом исследования становится сам спрашивающий, но при этом Хайдеггер говорит о человеке и о самой жизни используя термин *Dasein*.

Список литературы:

1. Античность как тип культуры / А.Ф. Лосев, Н.А. Чистякова, Т.Ю. Бородай и др./М.: Наука, 1988.—336 с.
2. Паткуль А.Б. Концептуализация бытия в абсолютном идеализме и фундаментальной онтологии. СПб 2004 г. с. 164.
3. Платон. Собр. Соч. в 4 т. Общ. ред. А.Ф. Лосева 1994, М, Мысль. с. 830.
4. Слинин Я.А. Возникновение философии Хайдеггера из феноменологии Гуссерля / Я.А. Слинин // Мартин Хайдеггер: сб. статей / сост. Д.Ю. Дорофеев. СПб.: РХГИ, 2004. — С. 83—129.
5. Хайдеггер, Мартин. Бытие и время. Перевод В.В. Бибихина Ad Marginem. М. 1997 с. 451.
6. Хайдеггер, Мартин. Основные проблемы феноменологии. СПб.: Высш. религиозно-философ. школа Санкт-Петербурга, 2001, с. 445.
7. Херрманн Ф.-В. фон. Понятие феноменологии у Хайдеггера и Гуссерля Сб / Пер. с нем — Мн. Пропилеи, 2000 — 192 с
8. Шварц Т. От Шопенгауэра к Хайдеггеру/ пер. С нем. — М.: Прогресс, 1964 — с. 360.

СЕКЦИЯ 3. МЕНЕДЖМЕНТ

СОБЕСЕДОВАНИЕ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА

Аверина Александра Дмитриевна

студент, факультет экономики и управления, Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова, г. Ульяновск

Прудникова Ольга Александровна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, факультет экономики и управления, Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова, г. Ульяновск

В современных условиях рыночной экономики система ценностей постепенно изменяется. Одной из самых важных целей в жизни становится получение работы, продвижение по карьерной лестнице. В виду этого люди готовы на многое, чтобы увеличить свои шансы на получение той или иной должности. Некоторые соискатели рабочих мест ради хорошо оплачиваемой работы готовы немного приукрашать свои реальные знания, навыки и достижения. Каждый претендент на должность осознает то, что ему необходимо продемонстрировать свою способность к труду, свои достоинства за ограниченное количество времени.

Очень часто претендент при поисках работы получает должность только потому, что он умеет общаться, представить себя на собеседовании в выгодном свете. Между тем, со временем оказывается, что этот работник не обладает необходимыми профессиональными качествами.

Как показывает практика, успех предприятия во многом зависит от того, на сколько грамотно подобран персонал. Как же узнать, подходит кандидат на соответствующую должность или нет? При всем разнообразии современных способов оценки претендентов собеседование было и остается самым популярным и широко применяемым.

Собеседование — это отбор на основе определенных, можно сказать объективных, критериев подходящего для определенной должности человека. Собеседование помогает как предприятию, так и кандидатам. В первом случае, это помощь в оценке кандидатов на соответствие той или иной должности. А во втором случае, помогает им сделать выводы об организации как о будущем месте работы.

В помощь работодателю, поговорим о нескольких методиках проведения собеседования: британской, немецкой, американской и китайской.

Отличительная черта британского метода — это личное собеседование членов кадровой службы и кандидата на должность. Работодателя в первую очередь интересует биография кандидата, традиции его семьи, место, где он получил образование. Если претендент, отвечая на вопросы, производит положительное впечатление, то решение по одобрению его кандидатуры принимается в короткие сроки.

Следующая методика зародилась в Германии, где в людях ценятся такие качества, как аккуратность, педантичность. Еще задолго до собеседования кандидат должен подготовить большое количество документов, рекомендационных писем от известных специалистов, ученых, пройти целый ряд обязательных процедур. Лишь после этого экспертная комиссия будет анализировать всю информацию, собранную о претенденте, обращая внимание на множество мелочей, в том числе и в оформлении самих документов.

Американская методика основывается на проведении тестирования, чаще всего компьютерного, с помощью которого проверяются интеллектуальные, творческие способности, психологические особенности личности. И еще одной составляющей данной методики является общение в неформальной обстановке. Например, кандидата могут пригласить на ланч, могут предложить участие в презентации или пригласить провести уикенд с потенциальными коллегами, с потенциальным руководителем. При неформальном общении потенциал человека раскрывается наиболее полно, а как раз на него и обращают внимание работодатели, использующие данную методику.

На первое место в китайской методике выходит проверка профессиональных, общих знаний. Проверяются они с помощью написания сочинений, в которых претенденты на вакансии демонстрируют свои знания по истории, классики и грамоте. Затем отбираются лучшие работы, набравшие определенное количество баллов. Как правило, таких работ немного. Затем кандидатам предлагается написать заключительное сочинение, тема которого будет уже непосредственно связана с их будущей работой. И только успешно написавшие будут приглашены на собеседование.

В современной практике эти методики применяются комплексно, их комбинируют работники кадровой службы по своему усмотрению, в соответствии со своими целями. И по какой бы методике не проводилось собеседование, целью его остается получение ответов на вопросы: соответствует ли кандидат общим требованиям организации; какой у него уровень профессионализма; способен ли он выполнять требования должностной инструкции; способен ли кандидат быстро освоиться в новой для него обстановке.

Насколько эффективно пройдет собеседование, зависит от многих обстоятельств. Чтобы правильно построить интервью с соискателем и получить информацию об этом человеке, достаточную для принятия верного решения по его кандидатуре, прежде всего, необходимо учитывать следующие факторы: общие и специфические требования к будущему работнику, корпоративные стандарты проведения интервью, уровень подготовки интервьюера и его владение методиками интервьюирования, личность и предыдущий опыт работы соискателя.

Правила проведения собеседований, конечно, у каждого работодателя свои. На отбор кандидатов большое влияние оказывает специфика предприятия, особенности кадровой политики. Однако к любому грамотно построенному собеседованию должны быть подготовлены вопросы для собеседования, должностные инструкции, план проведения собеседования, контрольный список претендентов с местом для заметок, краткие требования к

кандидату на должность, достаточное количество времени (не менее 30 минут на человека), подготовленное помещение.

Подготовленный перечень вопросов должен быть направлен на раскрытие личностных и профессиональных качеств кандидата на должность с разных сторон, прежде всего на получение той информации, которая нужна непосредственно для принятия решения. Изучив резюме соискателя, специалист имеет представление о том, с кем будет проводить собеседование. В связи с этим вопросы необходимо скорректировать, ориентируясь на конкретную личность.

Во время собеседования наиболее эффективным считается задавать открытые вопросы, требующие развернутого ответа, аргументации позиции. Таким образом, интервьюер получит необходимую информацию от кандидата, сможет проанализировать ее и оценить претендента на должность, без чего невозможно принять правильное решение. А соискатель в свою очередь, отвечая на них, раскроет свой профессиональный опыт, проявит личностные и деловые качества.

Успешный результат от проведенного собеседования во многом зависит и от того, как оно организовано работником кадровой службы. Многие специалисты советуют условно разделить процесс отбора кандидата на несколько этапов, первый из которых — знакомство, проверка документов и установление контакта. Надо удостовериться, что у соискателя есть все необходимые документы: паспорт, трудовая книжка, документы воинского учета, документы об образовании, подтверждающие квалификацию или наличие специальных знаний. Именно в первые минуты разговора сформируется впечатление о кандидате, будет определен стиль проведения собеседования. Очень важно с самого начала грамотно распределить время беседы: 20 % времени — задавать вопросы, а 80 % — выслушивать ответы и анализировать их.

На следующем этапе было бы хорошо уточнить или узнать всю основную информацию о соискателе. Необходимо расспросить кандидата об образовании,

опыте работы, о причинах увольнения с предыдущего места работы, владеет ли он иностранными языками, каковы его интересы и планы на будущее и так далее.

После необходимо предоставить кандидату возможность задать интересующие его вопросы, например, о компании, заработной плате, наличии социального пакета, об испытательном сроке, о необходимости сверхурочной работы и другие в зависимости от специфики вакантной должности. Работодателю нужно быть готовым ответить на них грамотно, честно и самое главное не обещать больше, чем организация может себе позволить.

Завершить собеседование должен работник кадровой службы, поблагодарив кандидата, выразив искреннюю благодарность за время, которое он провел с ним. Никогда не следует держать кандидата в подвешенном состоянии, какое бы мнение о нем не сложилось, поэтому обязательно нужно проинформировать претендента о том, каковы его следующие действия, о том, что будет дальше. Затем пожмите друг другу руки, сохраняя зрительный контакт, и попрощайтесь.

Кандидат на должность ушел, а работа сотрудника по подбору персонала еще не закончилась. Необходимо сделать служебные пометки и записать соответствующие выводы по данному претенденту.

Проблема поиска и отбора компетентных специалистов знакома каждой организации, решают эту проблемы по-разному. Но какие бы методы отбора персонала не использовались и как бы их не называли, собеседование является основным элементом такой работы, в ходе которого работодатель получает необходимую информацию о соискателе, проверяет их истинность и оценивает способность кандидата к выполнению определенной работы.

Список литературы:

1. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация: Учебное пособие для студентов вузов. — 2-е издание, переработанное и дополненное. / А.Я. Кибанов. — М.: «Экзамен», 2005. — 416 с.

2. Назарук Е. Секреты успешного проведения собеседования — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.hr-portal.ru/article/sekrety-uspeshnogo-provedeniya-sobesedovaniya>. (дата обращения: 04.03.2013).

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СПЕЦИАЛИСТАМ В СФЕРЕ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Бояркина Мария Владимировна

*студент 2 курса факультета «Менеджмент» Финансового университета
при Правительстве РФ, г. Москва*

Стуканова Ирина Петровна

*научный руководитель, д-р экономических наук, профессор Финансового
университета при Правительстве РФ, г. Москва*

«Экономия состоит не в сбережении, а в отборе»

Эдмунд Берк

Большинство управленцев, выполняя свои функциональные задачи, взаимодействуют с финансовыми службами. Это обусловлено тем, что в современной рыночной экономике финансы являются фундаментом управления в каждой организации, так как любое решение, касающееся хозяйственной деятельности, связано с движением финансовых потоков в организации. Приоритетность финансов как ресурса производства объясняется тем, что это уникальный вид средств, который способен трансформироваться в другие ресурсы, такие, как предмет труда, рабочая сила и т. д. Именно это направление в общей системе управления всеми элементами организации определяет ее место в экономической и других областях.

Финансовая система постоянно развивается. Колеблется спрос и предложение на капитал, меняется величина финансовых ресурсов. Для управления финансами и объединения элементов системы было введено понятие «финансовый менеджмент», основу которого составляет понятие финансов. В современной науке финансы могут рассматриваться как отношения фонда образования к распределению.

«Само понятие возникло в XIII—XV вв. в торговых городах Италии, а в дальнейшем получило международное распространение и стало употребляться как понятие, связанное с системой денежных отношений между населением и государством» [2, с. 25]. Это было обусловлено развитием товарно-денежных отношений и существованием государства. А зародился финансовый менеджмент гораздо позже — в конце XIX — начале XX века.

«Финансовый менеджмент — это управление финансовыми операциями, денежными потоками, призванное обеспечить привлечение, поступление денежных средств и их рациональное расходование в соответствии с программами, планами, реальными нуждами» [3, с. 495]. Он состоит из тактики и стратегии управления финансовыми ресурсами. Стратегия понимается как согласованная система долгосрочных планов, целей и задач. Тактика — как определенные методы для достижения поставленных целей в конкретных условиях в организации. В той или иной ситуации принятие решения, связанное с денежными ресурсами, должно быть согласовано со стратегией данной организации.

Сущность финансового менеджмента заключается, в первую очередь, в наиболее оптимальном управлении и принятии решений в кругообороте стоимости и финансовых отношениях между субъектами и их подразделениями в хозяйственном процессе. Следуя принципам управления финансовой системой, можно добиться высоких показателей, повысить эффективность и результативность организации в целом. Такими принципами могут служить: согласованность с общей системой и стратегией организации, что показывает связь финансового менеджмента с инновационным, стратегическим и другими видами менеджмента; динамизм управления, который можно рассмотреть как «эффективные управленческие решения в области формирования и использования финансовых ресурсов и оптимизации денежного оборота, разработанные и реализованные на предприятии в предшествующем периоде. Они не всегда могут быть повторно использованы на последующих этапах его финансовой деятельности» [4, с. 65].

Финансовая система организации — это открытая и сложная система. Она состоит из множества элементов, часто неоднородных по характеру связей между ними. Это означает расширение связей с внешней средой и усложняет управление организацией. Система имеет субъект управления, объект, вход и выход (рис. 1).



Рисунок 1. Финансовая система в организации

К основным задачам менеджмента в финансовой системе относятся:

- обеспечение эффективного использования финансовых ресурсов;
- оптимизация расходов и доходов в организации;
- оценка рисков в финансовом обращении;
- прогнозирование и анализ возможностей для организации;
- максимизация прибыли; рентабельность организации и т. д.

Существует несколько видов финансового менеджмента, например: агрессивный менеджмент (связан с высокими рисками), консервативный менеджмент (минимизация рисков) и умеренный менеджмент (показатели приближаются к плановым или среднерыночным). Комбинирование различных

видов менеджмента обеспечивает нормальное функционирование всей системы. Можно прийти к выводу, что вся финансово-экономическая политика в организации должна быть гибкой, учитывать риски и возможности, условия на рынке, политику государства и многое другое.

Непосредственно формированием финансовой политики и разработкой тактики в области денежного оборота в организации занимается финансовый отдел, главной фигурой которого является финансовый менеджер. Это квалифицированный специалист в области финансов и бухгалтерского учета, который должен обладать определенными знаниями и навыками, т. е. «должен знать» и «должен уметь» (рис. 2). А именно: знать теорию финансового менеджмента, кредитования и денежного обращения, делопроизводство, экономический анализ и многое другое. Это служит фундаментом для разработки стратегии финансовой системы. Финансовый менеджер должен уметь читать бухгалтерский баланс, составлять финансовые планы, оценивать экономическую эффективность, составлять отчетность и т. д.



Рисунок 2. Основные функции менеджера

Помимо знаний и опыта, финансовый менеджер должен иметь внутреннюю мотивацию к работе, быть не только компетентным, но и гибким,

стрессоустойчивым и любящим свою работу человеком. Кроме этого финансовый менеджер должен быть всесторонне развитым и иметь широкий кругозор, потому что в процессе выполнения своих профессиональных задач ему придётся взаимодействовать с другими подразделениями в организации, которые связаны с управлением персоналом, продажами, производством и т. д. Знания в области экономики, менеджмента и психологии помогут ему в понимании проблем организации и принятии решений.

Организацию финансовой системы, где «подсистема, которая управляет объектом и обеспечивает его функционирование для реализации цели обеспечения воспроизводства финансовых ресурсов» [1, с. 352], можно представить в виде рис. 3:

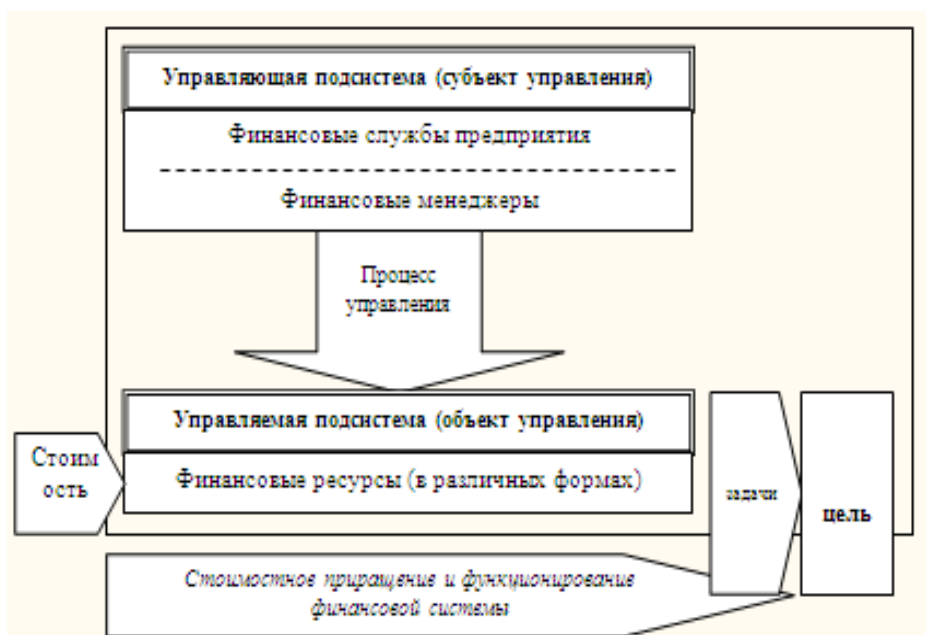


Рисунок 3. Организация финансовой работы экономического субъекта

Для оперативной организации работы необходимы финансовые рычаги, например: цена, прибыль, амортизационные отчисления, чистый денежный поток, дивиденды, штрафы, неустойки, процент и иные экономические рычаги. Они помогают повысить уровень производственных мощностей, а значит, выручки, что ведет к снижению себестоимости и увеличению капитала.

Таким образом, финансовый менеджмент является неотъемлемой частью аппарата управления, направленного на упорядочение финансовых отношений и потоков, стабилизацию всего финансового механизма. Он играет важную роль в осуществлении хозяйственной работы и напрямую связан с экономической составляющей организации. Основная причина неудач организации — это низкий уровень менеджмента, грубейшие просчеты руководителей и следование только своим корыстным целям и т. д.

Ошибки для финансового менеджера недопустимы, т. к. может пострадать вся организация и её имидж в целом. Поэтому необходимо повышать уровень квалификации работников (не только финансовых менеджеров), совершенствовать систему отчетности и контроля, обеспечить возможность реинвестирования капитала при изменении внешних и внутренних условий.

Список литературы:

1. Ковалев В.В. Финансы предприятий: учебное пособие / В.В. Ковалев, Вит. В. Ковалев — М.: ООО «ВИТРЭМ», 2009. — 352 с.
2. Поляк Г.Б. Финансы. Денежное обращение. Кредит: учебник для вузов — М.: ЮНИТИ, 2001. — 225 с.
3. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2006. — 495 с.
4. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник /под ред. Е.С. Стояновой. — М.: Перспектива, 2003. — 365 с.

PR-МЕНЕДЖЕРЫ: ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭФФЕКТИВНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Красова Варвара Михайловна

*студент 2 курса факультета «Менеджмент» Финансового университета
при Правительстве РФ, г. Москва*

Стуканова Ирина Петровна

*научный руководитель, д-р экон. наук, профессор Финансового университета
при Правительстве РФ, г. Москва*

На сегодняшний день менеджмент — одно из самых востребованных направлений в сфере деятельности любой организации. Однако наиболее интересным представляется такая его область, как PR. Это устоявшееся и окрепшее на Западе течение пришло в Россию сравнительно недавно: в «постперестроечный» период. Сегодня же можно с уверенностью констатировать тот факт, что задействованные им технологии набирают популярность у широкого круга людей. Покупая книгу, читая интервью, слушая выступление известных политиков, мы неосознанно становимся потребителем того продукта, который для нас сделали PR-менеджеры.

PR (или как сейчас пишут в отечественной прессе «пиар») — это чистойшей воды англицизм. На языке оригинала эта аббревиатура означает public relations, а по-русски — связи с общественностью.

PR — это управленческая деятельность, которая направлена на создание и поддержание отношений, основанных на принципах взаимной выгоды и сотрудничества, между какой-либо организацией и общественностью. При этом от общественности напрямую будет зависеть коммерческий успех фирмы. Помимо означенного, PR также обнаруживает себя в сфере оформления благоприятной внешней среды и создания качественной (рабочей) среды внутри самой организации.

Сегодня все больше руководителей постепенно понимают значимость PR-технологий, ведь PR становится не просто четко планируемой, но еще и научно-обоснованной активностью организаций. Это века перестает быть только лишь реакцией на общественные потрясения. В Европе, функция

PR все чаще оказывается включенной в систему стратегического менеджмента, поскольку именно эта функция наиболее эффективна.

Поскольку до конца русификация явления PR так и не произошла, то и люди, занимающиеся этим, могут быть названы по-разному: от директора по связям с общественностью до менеджера по коммуникациям, и это далеко не полный перечень названий.

Независимо от наименования должности, суть функционала специалистов подобного рода остается неизменной, и, в первую очередь, PR-менеджер «холит и лелеет» отношения со СМИ, поскольку это необходимо для поддержания или создания положительного мнения о деятельности организации. Одна из наиболее значимых задач отделов PR — это исследования по выявлению заинтересованных аудиторий и установления с ними контактов, понимания их интересов, ожиданий и выработке соответствующих этому программ. Бюджет таких программ напрямую зависит, от того, к чему стремится организация и какие средства готова на это затратить.

Таким образом, основные функции специалиста по PR-технологиям должны сводиться к следующему [1, с. 38]:

- Оформление целей и задач для PR-действий.
- Оценка рабочего времени и иных ресурсов, необходимых для их выполнения.
- Определение реальности выполнимости поставленных задач.
- Формировать и поддерживать соответствующий имидж организации, ее политики, продукции, услуг и деятельности персонала.
- Вести поиск мнения сторонних лиц и доводить эту информацию до руководства компании.
- Консультировать руководство по коммуникационным проблемам, их решениям и возможным техническим приемам.
- Информировать общественность о политике, деятельности, продукции, услугах и кадрах с целью достижения максимального знания и понимания.

Исходя из широкого профиля функционала PR-менеджера и необходимости наличия не менее широкого кругозора специалиста, встает важный вопрос: «Кто может стать PR-менеджером?». Пожалуй, что в современных условиях ведения бизнеса для успешной реализации в этом направлении необходимо обладать внушительным перечнем личностных, деловых качеств: активностью, неординарностью мышления, организаторскими способностями, ораторскими талантами, пунктуальностью и быстротой мышления и др.

Но, однако, это еще не залог успеха. Быть PR-менеджером сегодня модно. Чрезмерное предложение на рынке труда не имеет такого же спроса на специалистов. Так, в Москве, на вакансию подобного рода существует своего рода конкурс — 30—50 соискателей, а в Санкт-Петербурге — около 70. Зарплаты держатся на уровне 40—60 тысяч рублей. Реализовывают себя в этой сфере студенты и выпускники профильных вузов. Но свои силы пробуют также журналисты и филологи.

Основным требованием со стороны работодателей является опыт работы в сфере рекламы и PR от 1 года. Соискатели должности PR-менеджера должны демонстрировать уверенные навыки работы с компьютером, высокую грамотность, коммуникабельность, инициативность и творческий подход к работе.

Один из ключевых секретов успеха в сфере профессионального PR — это сочетание желания с технологиями и точностью, которое дает качественный результат в достижении целей. Ни один замысел мероприятия или информационной кампании не будет реализован без информационной поддержки. Но и ни один технически выверенный выход на целевую аудиторию не станет по-настоящему действенным без творческого замысла и креативного подхода.

Ежегодное развитие информационного фонда мирового сообщества, научно-технический прогресс, масштабное привлечение людей к ежедневному использованию новейшей техники — все это объясняет актуальность роли PR-менеджмента в совершенствовании коммуникационных и информационных

технологий, в повышении управленческой компетентности PR-менеджеров. Коммуникационный менеджмент по своей технической и кадровой оснащенности является достаточно затратной структурой. Но, несмотря на это, в дальнейшем, совершенно неизбежен рост инвестиций в деятельность данного вида менеджмента. В связи с этим возникает главная проблема — проблема качества работы менеджеров в сфере PR и, прежде всего, топ-менеджеров, подготовка которых представляет собой не менее важное и перспективное направление.

Список литературы:

1. Горкина М., Мамонтов А., Манн И. PR на 100 %. Как стать хорошим менеджером по PR. — М.: Альпина БизнесБукс, 2009. — 265 с.

ВНЕДРЕНИЕ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНИКИ VSM И ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ДВЕРЕЙ И ОКОН

Муратов Равиль Русланович

студент Национально Исследовательского Университета — Высшая Школа Экономики, г. Москва

Гусев Денис Александрович

научный руководитель, доцент Национально Исследовательского Университета — Высшая Школа Экономики, г. Москва

В последние годы многие организации внедряют принципы бережливого производства (lean production) с целью достижения недостижимого конкурентного преимущества. Однако не все смогли достичь своих целей. Многие компании, которые сначала заявляют о том, что выигрывают от бережливого производства, часто выясняют потом, что улучшения остаются локальными. Одна из причин заключается в том, что менеджмент имеет

неполное понимание принципов бережливого производства и, как результат, не может извлечь все выгоды, которые смогла получить Тойота.

Другие причины неудач включают в себя недостаток (или отсутствие) понимания менеджерами того, как осуществлять бережливое производство, какие изменения произойдут в организации с внедрением бережливого производства, как бережливое производство повлияет на показатели деятельности организации и т. д.

Ответить на эти вопросы может техника бережливого производства под названием Value Stream Mapping (VSM) — Карта Потока Ценности — совместно с имитационным моделированием на специальных компьютерных программах. VSM представляет собой технику, которая используется для построения и анализа материального и информационного потоков, которые присутствуют при удовлетворении требований клиента. Рассмотрим данную технику на примере условной компании ABC, которая производит окна и двери. Суммарная производственная мощность — около 100.000 окон в год. С учетом того, что компания производит окна по индивидуальным заказам, данное производство попадает под категорию единичного или мелкосерийного производства.

В последнее время строительный сектор в России находится на подъеме. Естественно, спрос на окна и двери также растет. Например, спрос на одном из заводов компании ABC по прогнозам увеличится с 40 окон до 60 окон в день. Проанализировав производственную систему, менеджеры компании обнаружили несколько областей, где возможны значительные улучшения. Например, уровень производства, который измеряется в площади изделий за смену, составляет 160 квадратов за 8-часовую смену. Этот показатель является достаточным только для удовлетворения существующего спроса в 40 окон в день; при этом завод страдает от недостатка мощностей для удовлетворения спроса в будущем. Другой аспект рассматриваемой организации заключается в том, что уровень запасов внутри предприятия находится на относительно высоком уровне. В настоящее время незавершенное

производство (НЗП) на всем заводе занимает 1000 квадратов в день, т. е. в среднем 125 квадратов перед каждой рабочей станцией (всего их 8). Из-за низкого уровня производства, низкой мощности и высокого уровня запасов топ-менеджмент ABC планирует внедрить принципы бережливого производства с целью остаться конкурентоспособными и удовлетворять постоянно растущий спрос без особого увеличения ресурсов за счет устранения излишних трат, мешающих нормальному функционированию.

Менеджмент ABC начинает реализацию бережливого производства. В качестве отправной точки, для обеспечения понимания новых принципов и процедур бережливого сотрудниками ABC, были организованы необходимые тренинги по таким инструментам и техникам бережливого производства, как 5S (система организации и рационализации рабочего места — сортировка, соблюдение порядка, содержание в чистоте, стандартизация, совершенствование), Кайзен (непрерывное улучшение), VSM, Muda (излишние траты) и др.

Следующий этап — изображение VSM, которое включает два шага: на первом отображается карта текущего состояния, а на втором — карта будущего состояния. В случае рассматриваемой организации текущее состояние VSM отображено на Рисунке 1.

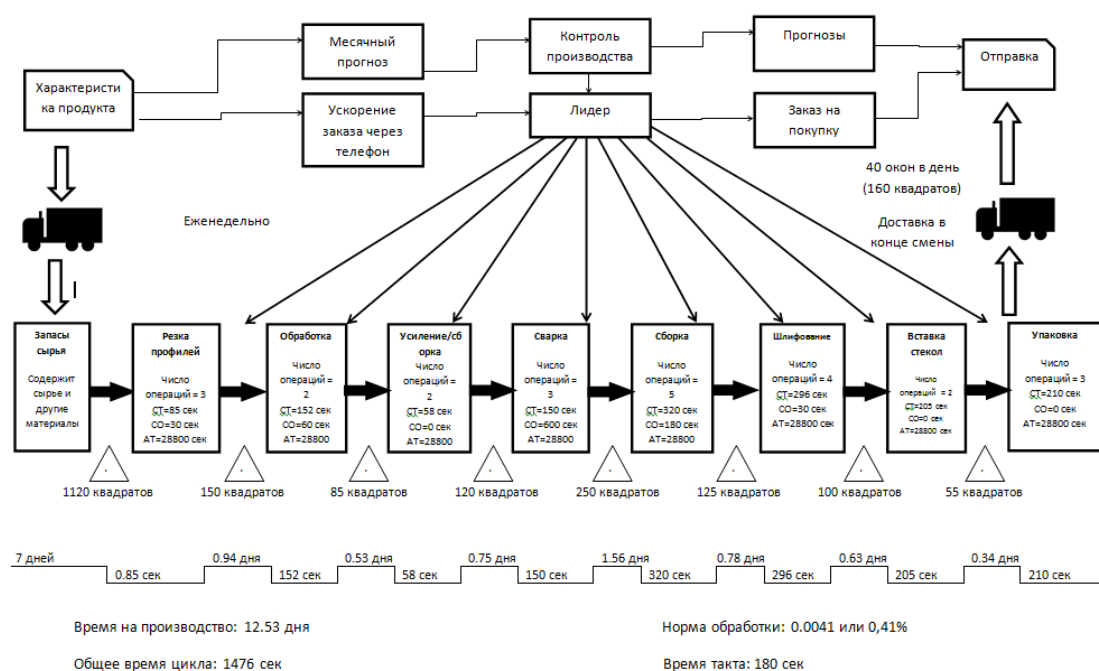


Рисунок 1. Карта потока ценностей (текущее состояние)

На Рисунке 1 можно увидеть, что время, добавляющее ценность, равно только 1476 секундам, в то время как время на производство составляет около 12,53 дней или 360864 секунд. Соотношение равно 0,0041, что ясно говорит нам о том, что производственный процесс включает в себя деятельность, не добавляющую ценности. Следующий шаг состоит в вычислении такта (допустимого времени изготовления одного продукта). В настоящее время спрос равен 40 окнам или 160 квадратам. Завод работает в одну смену по 8 часов (это время не включает в себя перерывы на обед — 30 минут — и перерывы на чай — 15 минут). Таким образом, доступное время находится так: $8 \times 60 \times 60 = 28800$ секунд. Таким образом, такт для текущего состояния равен $8 \times 60 \times 60 / 160 = 180$ секунд/кв.м. Из Рисунка 1 также можно увидеть, что такие этапы, как резка профиля, обработка, сборка и сварка имеют меньший цикл по сравнению с тактом, а время, необходимое для остальных стадий, больше такта. Из-за этого происходит хранение избыточного количества запасов в цехах.

Однако если будущий спрос составит 60 окон в день, или 240 квадратов, несоответствие между циклами различных стадий переработки и тактом будет очень большим. Такт в соответствии с будущим ожидаемым спросом будет равен $8 \times 60 \times 60 / 240 = 120$ секундам, и в этом случае только первый этап сможет удовлетворить потребительский спрос, поскольку он имеет самое низкое время цикла — 85 секунд.

Поэтому для устранения проблем, вызванных текущим состоянием VSM, менеджеры организации выбрали следующие элементы бережливого производства для реализации: 5S для организации рабочего места; Кайзен для упрощения процесса комбинированием/устранением/упрощением операций; обеспечение ритмичности производственного процесса для достижения непрерывного производственного процесса; изменение планировки для уменьшения числа действий рабочих и ненужных транспортных операций.

Они также разработали будущее состояние VSM для визуализации их видения организации после устранения всех ненужных трат с помощью

перечисленных элементов бережливого производства. Рисунок 2 иллюстрирует будущее состояние VSM. Из данной карты видно, что после применения упомянутых техник бережливого производства НЗП сокращается до среднего уровня в 20 квадратов, время на производство сокращается до 1,4 дня, общее время цикла становится равным 740 секундам, время такта — 120 секундам и норма обработки вырастает до 1,8 %. Однако несоответствие между циклами различных стадий переработки и тактом все еще сохраняется, но данное различие уже не столь велико, как до внедрения бережливого производства.

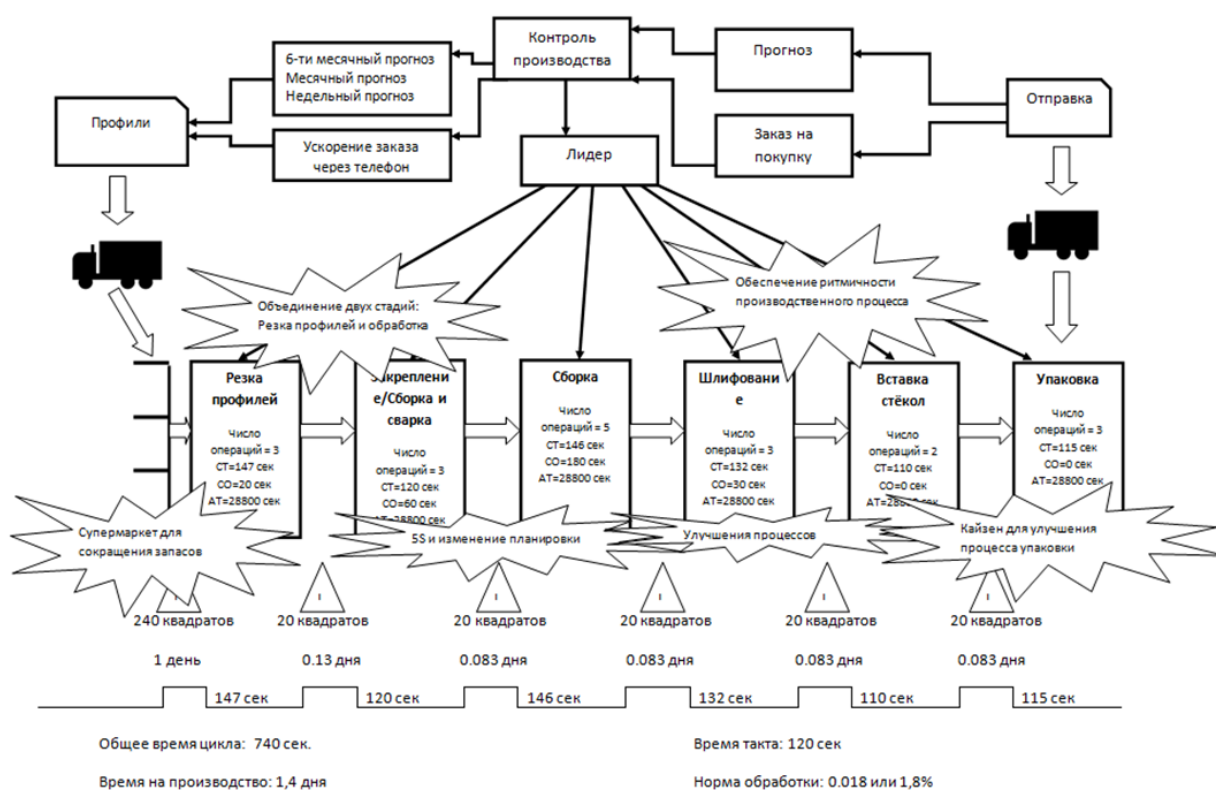


Рисунок 2. Карта потока ценностей (будущее состояние)

Итак, изобразив карты текущего и будущего состояний, можно сделать вывод о преимуществах и недостатках техники. VSM позволяет:

- визуализировать и ясно видеть весь поток;
- обнаружить излишние траты в потоке ценности;
- установить связь между информационными и материальными потоками;

- понять, какой будет организация в будущем; все ли мероприятия, направленные на повышение эффективности, осуществлены правильно.

У VSM также есть ряд недостатков:

- VSM — это статичный инструмент по своей природе, и он может отразить состояние цеха только в какой-то определенный день.

- Карта будущего состояния изображается с предположением, что все проблематичные зоны будут полностью разрешены. Однако на практике вся проблема целиком может оказаться неразрешенной.

- Создание карты потока создания ценности вручную, отображение и внесение в неё каких-то изменений — трудоемкий процесс, требующий много времени.

Данные, которые были собраны в ходе развития текущего состояния VSM, используются для разработки имитационной модели с помощью специальных компьютерных программ. На Рисунке 3 изображен снимок имитационной модели текущего состояния VSM. На Рисунке 4 изображен снимок имитационной модели будущего состояния VSM.

Благодаря использованию имитационной модели мы можем видеть, как изменилась планировка производственного цеха в соответствии с выбранными техниками бережливого производства (VSM, процесс упрощения, обеспечение ритмичности производственного процесса, изменение планировки, укрупнение технологических операций, сокращение площадей цеха). В соответствии с имитационной моделью, расстояние между пунктом хранения материалов и пунктом отправки готовой продукции сократилось. Перепланировка позволяет сократить транспортные операции, количество и расстояние передвижений рабочих, высвобождает значительную площадь и в целом сокращает время прохождения изделий через цикл операций. Спланированный таким образом цех легче контролировать и в случае возникновения сбоя можно быстрее выявить его источник и незамедлительно исправить ситуацию.

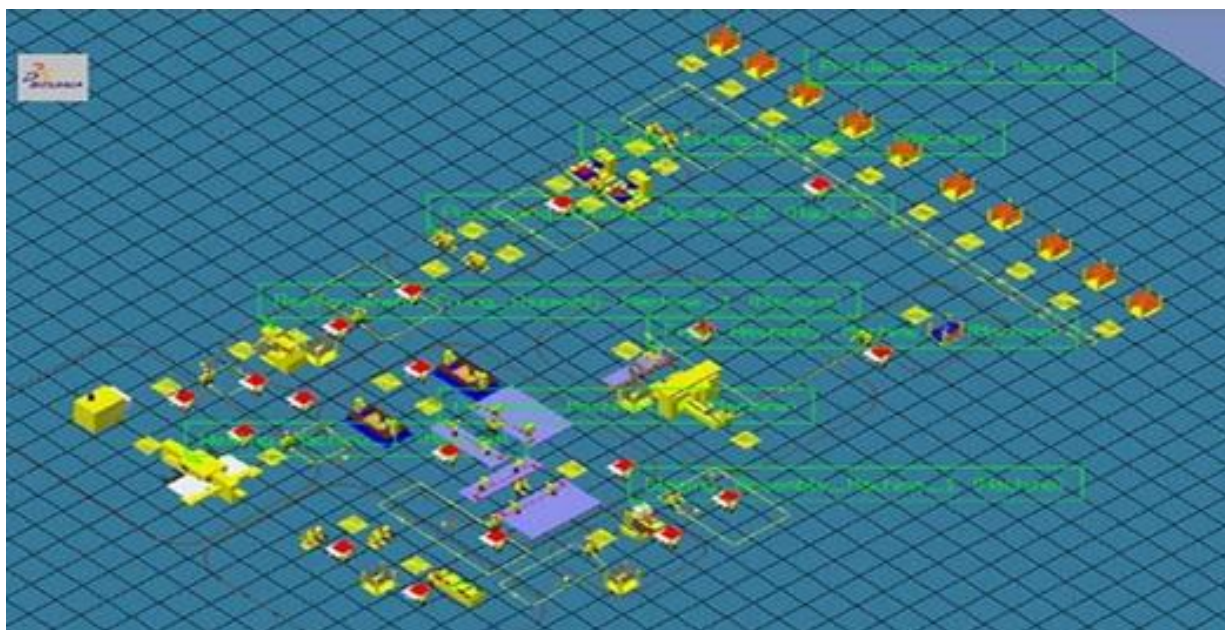


Рисунок 3. Снимок имитационной модели текущего состояния VSM

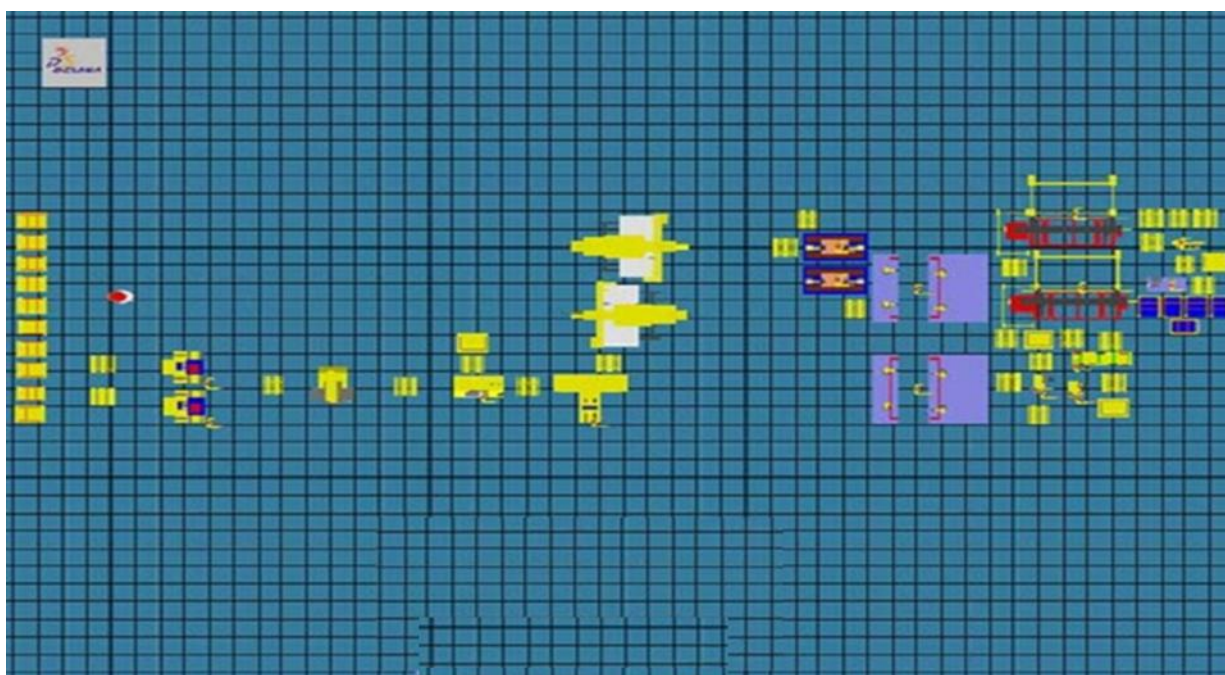


Рисунок 4. Снимок имитационной модели будущего состояния VSM

В Таблице 1 приведено сравнение выполненных мер для текущего и будущего состояния VSM после проведения имитационного моделирования.

Таблица 1.

Сравнение выполненных мер для текущего и будущего состояния VMS

Показатель работы	Текущее положение	Будущее положение
Спрос за день		
1. В окнах	40	60
2. В квадратных метрах	160	240
Первоначальный запас на начало моделирования (в днях)		
1. Резка профилей	1120(7)	240(1)
2. Дренажная трассировка	150(0.94)	
3. Укрепление	85(0.53)	30(0.125)
4. Сварка	120(0.75)	
5. Сборка	250(1.56)	20(0.083)
6. Шлифование	125(0.78)	20(0.083)
7. Стеклование	100(0.63)	20(0.083)
8. Упаковка и отправка	55(0.34)	20(0.083)
Общее время цикла (в мин.)	63.36	42.72
Длительность цикла изготовления изделия, дн.	37.78	12.68
Норма обработки	0.17	0.39
Время такта (в секундах)	180	120
Продолжительность цикла (в секундах)		
1. Резка профилей	85	147
2. Дренажная трассировка	152	
3. Укрепление	58	120
4. Сварка	150	
5. Сборка	320	146
6. Шлифование	296	132
7. Стеклование	205	110
8. Упаковка и отправка	210	115
Общие запасы незавершенного производства после 30 дней использования модели		
1. В окнах	4992	1196
2. В квадратных метрах	1248	299
Произведено частей после 30 дней использования модели		
1. В квадратных метрах	7956	10535
2. В окнах	1989	2561
Расстояние, пройденное окном (в метрах)	62.5	54
Численность рабочей силы	24	17
Используемая площадь цеха (в квадратных метрах)	1587	720

Помимо тех результатов, которые получены с помощью имитационной модели, организация сможет достичь, ряд других преимуществ:

- Расстояние между пунктом хранения материалов и пунктом отправки готовой продукции сократилось. При старой планировке это расстояние было

равно 62 метрам. После изменения планировки расстояние сократилось на 9 метров и составило 53 метра.

- Уровень незавершенного производства также в среднем удалось сократить на 76 %. Например, количество незавершенного производства после 30 дней моделирования было равно 1248, в то время как в будущей модели данное количество составило 299.

- Внедрение Кайзен и обеспечение ритмичности производственного процесса привело к сокращению продолжительности цикла на различных этапах производственной линии. Таким образом, общее число изделий, которые могут быть произведены, может увеличиться на 28,5 %. Если дальнейшие процессы для улучшения будут предприняты, то вся организация может стать более продуктивной, и тогда это сможет удовлетворить будущий спрос в 85 окон в день с существующими мощностями.

Таким образом, использование имитационных моделей, внедрение некоторых инструментов и техник бережливого производства, таких, как обеспечение ритмичности производственного процесса, 5S и т. д., влияют на показатели производительности предприятия. Это было доказано путем сравнения показателей текущего и будущего состояния VSM. Оказалось, что произошли существенные улучшения в производительности, а также сокращение запасов, времени цикла и т. д., при сохранении существующих мощностей. Таким образом, эти модели являются эффективным инструментом для менеджеров и инженеров для демонстрации того, как их производство, предприятие будет выглядеть в будущем после внедрения техник и принципов бережливого производства. Можно сделать вывод о том, что рассмотренная организация находится на правильном пути в реализации бережливого производства, и если менеджеры и инженеры организации будут внедрять его элементы правильно, то компания повысит свою конкурентоспособность.

Список литературы:

1. Стерлигова А.Н., Фель А.В. Операционный (производственный) менеджмент. Учеб. пособие для вузов — М.: Инфра-М, 2009. — 187 с.
2. John Shook, Mike Rother. Misunderstandings about value-stream mapping, flow analysis, and takt time // Lean Enterprise Institute, One Cambridge Center — 2009. Vol. 2. № 3. P. 13—19.
3. Peter Hines, Nick Rich. The seven value stream mapping tools // International Journal of Operations & Production Management — 1997. Vol. 17. № 1. P. 46—64.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ИГР В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Силютинa Эльвира Романовна

*студент 2 курса факультета менеджмента Финансового университета
при Правительстве РФ, г. Москва*

Стуканова Ирина Петровна

*научный руководитель, д-р экон. наук, профессор Финансового университета
при Правительстве РФ, г. Москва*

Вид моделирования и принятия решений при помощи теории игр является одним из самых неоднозначных вопросов в современной науке управления. Теория игр, как инструмент менеджмента, существует уже более пятидесяти лет. Но и в наши дни многие из специалистов в области менеджмента опасаются применять теорию игр в своей фактической деятельности, считая ее более теоритической, чем практической. А если даже планируют ввести данный метод, то ошибочно считают, что при помощи теории игр найдут единственное наиточнейшее решения для всего комплекса проблем.

Многие студенты, изучающие менеджмент, бизнес и другие специальности сталкиваются с данной теорией в виде классической «дилеммы заключенного». Данный пример внушает идею, что теория игр выводит единственное решение с наилучшим результатом для рациональных игроков.

В научных целях, теория игр фокусируется на логически полученном прогнозе поведения, которое будет рационально для всех игроков. Это производит с помощью поиска определенного равновесия или баланса,

основывающихся на специфических допущениях: что заключенные не опасаются действий друг друга, что они должны принять единственное решение и т. д. Но реальный мир гораздо сложнее и запутаннее чем «чистые» условия дилеммы заключенного, и теория игр теряет объективность, когда сталкивается с практическими и изменяющимися управленческими проблемами. Всегда необходимо учитывать, что даже если условно управленческое решение принимается одним лицом, то невозможно гарантировать, что конечный результат не будет зависеть от действий других лиц или игроков. В данной ситуации нужно рассматривать возможное наличие несовпадающих или конфликтующих интересов у сторон, заинтересованных в результате менеджмента. Если не учитывать эти обстоятельства, то это может привести к невозможности полной реализации управленческих решений, а, следовательно, и к не достижению результатов, на которые эти решения были направлены.

В таких ситуациях при моделировании используются методы и подходы теории игр. Но наибольшее количество исследований, связанные с теорией игр, касаются однократных и мгновенных игр (в том числе и дилемма заключенного), в которых столкновение игроков происходит мгновенно. Но при этом, очевидно, что в реальном менеджменте принятие решений происходят на достаточно большом временном интервале, когда каждый текущий момент времени приходится учитывать результаты предыдущих решений и только на этой основе вырабатывать соответствующее управление. Исходя из этого, подходящими моделями для данных ситуаций могут выступать динамические и дифференциальные игры, которые с одной стороны учитывают конфликтность процесса принятия решений, а с другой — необходимость его моделирования на достаточно продолжительном временном промежутке.

Еще один из нюансов применения теоретико-игровых моделей является принцип оптимальности. Данный принцип заключается в том, что управленческие решения принимаемые менеджерами вырабатываются при помощи трудно формализуемых алгоритмов, и из образованной множественной вариации решений выбирается оптимальное. Факт наличия такого принципа,

даже без глубокого анализа, очевиден. Одним из математических проявлений оптимальности является равновесие по Нэшу, то есть то состояние игроков, когда их стратегии являются наилучшей реакцией на действия своего оппонента, при этом они достигают оптимума.

Так же следует отметить два наиболее важных свойства, неизбежно влияющих на принятие долгосрочных решений, выделенные профессором Петросяном Л.А.: «Первое — необходимость оценки качества принимаемого решения по нескольким критериям. Второе — различная оценка исхода решения разными сторонами, участвующими в выработке решения» [1, с. 8]. Это подводит нас к выводу, что принятие решений несет конфликтный характер, где можно применять моделирование на основе теории игр.

Но все-таки применение теории игр на практике менеджмента возможно уже сейчас, что демонстрирует компания «McKinsey», разработав свою собственную модель, которая представлена в открытом доступе на примере пассажирских железнодорожных перевозок в Евросоюзе.

В январе 2010 года трансграничные услуги для пассажиров стали полностью открыты для конкуренции и освобождены от контроля Евросоюза. Некоторые государства-члены ЕС, в их числе Германия, Италия, Швеция и Великобритания, проявили инициативу в предоставлении междугородних рассчитанных на длинное расстояние пассажирских железнодорожных услуг.

Опыт других освобождённых от государственного контроля отраслей уже показал в данном случае бесполезность ценовых войн, которые могут полностью разрушать прибыльность отрасли. Но так же уникальные черты железных дорог делает исключительно сложным прогнозировать, как конкуренты будут вести себя в ходе игры.

В такой ситуации у топ-менеджера, определяющего политику направления действий компании, могут возникнуть множество вопросов. Кроме разрушающей ценовой войны, какие могут быть выходы? Стоит ли изменить расписаний поездов, чтобы конкурировать с расписаниями противника лицом к лицу? Имеет ли смысл развивать превосходный сервис или снижать цены за счет

сохранения лишь необходимого? Стоит ли находить другие второстепенные маршруты в надежде уменьшить ущерб или бороться за каждого клиента?

Для решения подобных вопросов «McKinsey» разработала модель на основе теории игр, чтобы понять динамику возникающей конкуренции в дальнемагистральных маршрутах пассажирских железнодорожных перевозок. Модель разделяет сложный конкурентно-динамический комплекс в набор последовательных игр, в которых агрессивный игрок делает ход и действующий отвечает.

Тем самым, при помощи этой модели, можно разделить диапазон основных доступных вариантов для нападающих и действующих игроков. Нападающие игроки могут сделать следующие четыре стратегических выбора. Во-первых, подражать действующим игрокам представляя идентичные услуги. Так же они могут пойти в наступление, например, предоставляя более качественные и частые услуги в перевозке. В-третьих, они могут специализироваться, заняв определенную нишу. Или, в конце концов, они могут дифференцироваться путем предоставления четко отличительных услуги, такие как недорогие предложения, направленные на туристов, с более низкой ценой и менее скоростным подвижным составом.

А вариация ответных шагов действующего игрока может быть представлена следующими действиями: игнорировать нападающего и не реагировать на него совсем; контратаковать, при помощи ценовой конкуренции, более частых перевозках и графиков работы поездов; сосуществовать, уступив некоторые маршруты и научиться делиться ими; или выйти из маршрута прекратив в нем работу.

Эти начальные шаги в создании модели теории игр не вызывают затруднений. Но мир динамичен, и возможные шаги каждого игрока в основном зависят от деталей. Тем самым, в железнодорожную модель «McKinsey» включили четыре фактора, которые существенно могут повлиять на результат:

- Общие изменения в спросе. Что будет со спросом после каждого шага нападающего и ответа действующего игрока? Когда вырастет предложение

более широкого выбора железнодорожных услуг, то пассажиры могут изменить свое поведение, например, путешествовать на поезде, а не автомобиле или самолетах.

- **Стоимостные различия.** У новых игроков, как правило, более низкие эксплуатационные издержки, чем у действующих игроков, которые обычно используют эффект масштаба. Но при этом они принимают решения связанные с уже существующими общественными обязательствами, например, поддержание неэкономичных маршрутов.

- **Сетевые преимущества.** У действующих игроков всегда есть преимущество в дорожных сетях, чем у нападающих, так как они не могут полностью точно скопировать всю систему действующего игрока. Так, например, многие маршруты убыточные сами по себе, являются ценными для большой сети, так как пассажиры в основном предпочитают непрерывные маршруты, что может сыграть важную роль при принятии стратегических решений.

- **Чувствительность цены.** Нападающие обычно ставят более низкие тарифы, а степень различия цены необходимого для изменения используемых пассажиром видов и линий транспорта играет решающую роль в конечном результате.

В общем подходе к теории игр, аналитики рассматривают десятки перестановок действий и реакций, выбирая те, которые они считают наиболее последовательными и взаимно уравновешенными, а также наиболее вероятные. Затем они делают предположения о тех или иных факторах. В результате выделяя решение, с одним определенным набором предположений, полученных при учете интересов всех игроков. Решение может, например, заключаться в борьбе с новым игроком и атаковать его на всех фронтах.

Но при этом в этой модели существует интересное условие, заключающееся в том, что конечные результаты чувствительны к исходным допущениям, тем самым при слегка измененных предположениях о, скажем, об изменении спроса, результаты могли бы быть очень различными.

С этой точки зрения, модель «McKinsey» напоминает бизнес-симулятор, позволяющий руководителям получить четкое понимание возможного развития конкурентных действий в различных условиях. Это помогает компаниям принимать управленческие решения, поскольку ходы конкурентов становятся четкими.

Результатами исследования железнодорожных перевозок проведенного компанией «McKinsey» при помощи теории игр представлены ниже в виде трех наиболее вероятных сценариев конкурентного развития между агрессором и действующим игроком, где агрессором является вошедший уже на действующий рынок игрок.



¹ Степень изменения использования железных дорог для всех путешественников (по сравнению с теми, кто выбирает другие виды транспорта)

Рисунок 1. Результаты исследования компании «McKinsey» при помощи модели теории игр

Теория игр существенно подняла современный уровень понимания процессов принятия управленческих решений. Но все равно, перед объединением менеджмента и теоретико-игровых моделей стоит

еще множество вопросов. Именно это и дает толчок к дальнейшему развитию данного направления. Это предзнаменуют множество событий: получение Нобелевских премий по экономике связанные с применением теории игр в социально-экономических процессах, также проведение в Санкт-Петербурге шестой международной конференции «Теория игр и менеджмент». Из этого следует вывод, что это направление является перспективной сферой изучения, но при этом стоит помнить о постоянном усложнении человеческих отношений, а также социальных и экономических институтов. Теория игр может открыть широкие грани и закономерности в принятии решений в менеджменте, но все же не будет являться всеобщей «управленческой панацеей», и никогда не будет давать единственный наилучший ответ на любой возникающий вопрос.

Список литературы:

1. Зенкевич Н.А., Петросян Л. А., Янг Д.В.К. Динамические игры и их приложения в менеджменте: учеб. Пособие / Н.А. Зенкевич, Л.А. Петросян, Д.В.К. Янг; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2009. — 415 с.
2. Лефевр Владимир Александрович, Смолян Георгий Львович Алгебра конфликта / Предисл. В.Н.Цыгичко. Изд. 5-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. — 72 с.
3. Hagen Lindstädt, Jürgen Müller. Making game theory work for managers — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://www.mckinseyquarterly.com/Making_game_theory_work_for_managers_2493# (дата обращения 22.02.13).

СЕКЦИЯ 4. РЕКЛАМА И PR

МЕГАФОН И MEGACOM — ТРАНСФЕРТ УСПЕХА

*Аламанова Сайкал Саламатовна
студент Кыргызско-Турецкого университета «Манас», г. Бишкек*

*Темирбекова Жанар Амангельдыевна
научный руководитель, ассоциированный профессор кафедры «Менеджмент
и маркетинг» Университета имени Сулеймана Демиреля*

После распада СССР, Кыргызстан обрел независимость и перешел на систему рыночных отношений с самостоятельной экономикой. Но, не смотря на это, в течение 22 лет Кыргызстан и бизнес сектор ориентируются на Россию и следуют по пути, проложенному российскими компаниями, изучая стратегию их успеха. У населения Кыргызской Республики все еще сильна привычка считать Россию ориентиром, на которую нужно равняться для создания комфортного быта и определения качества товаров или услуг. Исходя из этого, для кыргызстанских потребителей свойственно позитивно реагировать на товары и услуги, которые пользуются спросом и уважением у российских потребителей и экспертов. Предполагаем, что эта специфика оценок и действий во многом определяет успех коммерческих организаций Кыргызстана. Для изучения этой гипотезы мы рассмотрим причины успеха кыргызско-российского сотового оператора MegaCom.

Бренд — это комплекс визуальных, смысловых и ценностных характеристик, не только позволяющих отличить товар, но и придающий им дополнительную, общепризнанную социальную и коммерческую ценность [3, с. 123]. MegaCom сегодня один из самых узнаваемых и уважаемых брендов в Кыргызстане, за право владения им не раз боролись различные компании, поэтому мы выбрали его для нашего анализа.

Компания MegaCom появилась на рынке сотовых операторов Кыргызстана в марте 2006 года. К этому времени лидером в своей сфере считалась компания «Sky Mobile» с брендом «Бител», имеющая в своей клиентской базе свыше 500 тыс. абонентов. Несмотря на это, сотовый оператор MegaCom смог за время своего существования также занять лидирующие позиции на отечественном рынке, успешно конкурируя уже с международным брендом Beeline. По состоянию на 30 сентября 2012 года общее количество абонентов компании «Sky Mobile» составляет 2 млн. 419 тыс. человек, а компания MegaCom обслуживает свыше 2,5 млн. абонентов.

Та или иная стратегия позиционирования товара или услуги в массовом сознании потребителей предопределяет дальнейшую стратегию развития компании в целом, так как они тесно взаимосвязаны. Четкое и понятное определение своей позиции и уверенное заявление ожидаемых потребителями обещаний, помогает дальнейшему эффективному её продвижению на рынке, так как стратегия позиционирования заключается в следующем: «это выбор компанией ключевых направлений своего развития, а также постановка глобальной цели с дальнейшей выработкой путей ее достижения при позиционировании себя на конкурирующем рынке» [8, с. 389].

«Под позиционированием же будем понимать систему стереотипов клиента относительно PR-объекта, что делает этот объект ему минимально понятным, неопасным, отличным от других». (Викентьев, 66) Формулировка «минимально понятным», точно определяет задачу позиционирования. Ведь, если после работ компании по составлению образа и закреплению в сознании потребителя своего продукта или услуги, потребитель в результате никак не реагирует на него, то можно заявить, что позиционирование не совершилось. Если же, как результат при виде продукта или услуги у потребителя происходит его узнавание, понимание его особенностей даже на минимальном уровне, то можно сделать вывод, что стратегия позиционирования реализовалась.

Другое определение позиционирования дал Эллвуд: «Позиционирование — это особенность, отличающая товар или результат потребления услуги от их аналогов на физическом уровне» [9, с. 162].

Есть множество названий компонентов стратегий позиционирования, которые являются достаточно условными, так как их принципы являются идентичными по смыслу. Нами выбраны компоненты стратегии позиционирования, сформулированные Л. Шевченко:

- позиционирование по цене и качеству;
- позиционирование по использованию или по применению;
- позиционирование по потребителю продукта;
- позиционирование по культурным символам;
- позиционирование по конкурентам;
- позиционирование по лидерству;
- стратегия центрального позиционирования;
- стратегия дифференцированного позиционирования;
- позиционирование в смежной товарной группе;
- позиционирование по принципу сравнения с имеющими солидную репутацию конкурентами [8, с. 451].

MegaCom придерживается следующих стратегий:

1. Позиционирование по лидерству — главной целью и интересом каждой компании выходящей на рынок, является стать лидером в данной сфере. Без постоянного стремления к лидерству невозможно выжить среди конкурентов. Претендовать на лидерство на рынке мобильных операторов компании помогают ассоциации у потребителей с МегаФоном и принятый на вооружение бизнес-модель российского оператора.

2. Позиционирование на решение проблемы — из-за особенности рельефа нашей республики, которая на $\frac{3}{4}$ состоит из гор, доступ к связи в отдаленных и высокогорных районах страны является большим преимуществом. Компания MegaCom имеет 90 % зону охвата сети по республике и постоянно ведет работы

по ее расширению, что является немаловажным фактором при выборе ее услуг клиентами.

3. Позиционирование по потребителю продукта — изучая тарифные планы, рекламу компании, можно сделать вывод, что ее первичной целевой аудиторией являются энергичные и активные люди до 45 лет. Мобильная связь — это относительно молодая и динамично развивающаяся сфера, ее услуги пополняются и расширяются каждый день, поэтому неудивительно, что основное обращение в рекламах компании идет к молодой аудитории.

Для достижения успехов и позиционирования себя на рынке отличным от конкурентов, компания MegaCom с самого начала разработала имидж, ассоциирующийся с одним из трех крупнейших сотовых операторов России, МегаФоном. Схожесть цветовой гаммы, слоганов, шрифтов и логотипов даже при беглом взгляде потребителя на графическое изображение MegaComa прочно связывает его с российской компанией.

Цвет — это один из самых важных аспектов, составляющих успех рекламного сообщения, и формирующее первое впечатление о товаре в умах потребителей. Правильный выбор цветов может стимулировать продажи, неправильный же способен отпугнуть покупателей [5, с. 48]. Поэтому, не случайно официальными цветами MegaCom являются фиолетовый, зеленый и серый.

Слоганом компании в течение 8 лет был «MegaCom — Выбери свое будущее», сильно напоминающее слоган МегаФона «Будущее зависит от тебя» и лишь в начале 2013 года её изменили на «Время новых возможностей». Первоначальным логотипом сотового оператора MegaCom был схожий с логотипом МегаФона зелено-фиолетовый круг, разделенный вертикальной молнией, но без фирменного «многоточия» российской компании. Это можно наглядно увидеть на изображениях:



Рисунок 1. Визитка с первоначальным логотипом компании MegaCom и логотип компании МегаФон

Но потребителям известен другой логотип, который был разработан за несколько дней до выхода кыргызско-русской компании на местный рынок. Три шестигранника фирменных зеленого, фиолетового и серого цветов указывали на связь, с уже известным на мировом рынке, сотовым оператором. Итак, проанализировав и сравнив визуальные характеристики обеих компаний мы можем сделать вывод, что никому не известный сотовый оператор с брендом MegaCom, используя авторитет и устойчивую позицию более сильного и известного сотового оператора МегаФон, прочно завоевал свою нишу на рынке мобильной связи Кыргызстана.



Рисунок 2. Используемый логотип компании MegaCom

Позиционирование компании строится на рациональной и эмоциональной выгодах, которые помогают потребителю понять, чем важен лично для него товар или услуга. Нередко производители используют приемы позиционирования на основе обеих выгод для более полного раскрытия своих отличительных черт от конкурентных. Этому же придерживается и рассматриваемая компания. Предоставляемыми рациональными выгодами для потребителей являются высокая зона покрытия сети, удобные тарифы

и качество предоставления услуг. Но следует отметить, что и главный конкурент сотового оператора, Beeline предлагает схожие рациональные выгоды. Более важными для кыргызстанского потребителя стали обещания эмоциональной выгоды: ощущения связи себя через MegaCom с крупнейшим сотовым оператором России МегаФоном, которая находится на второй позиции в списке трех крупнейших операторов мобильной связи. Это ощущение гарантируется многими сходствами между брендами и таким заявлением, которое, сообщил генеральный директор ОсОО «БиМоКом» Олег Примак в мае 2006 года «российская компания только оказывает «БиМоКому» консультационную и техническую поддержку» [4]. Именно эти «обещания» привлекли первых клиентов. Далее развиваясь, компания перешла на умеренное акцентирование влияния российской компании, оставив без изменений фирменные цвета, слоган и логотип, но позиционируя себя как самостоятельную единицу на рынке. Проведение долгосрочных и социально важных для кыргызстанского общества проектов, разовых акций приносят обоюдную выгоду: они помогают клиентам почувствовать себя причастными к изменению социальной жизни к лучшему, что дает им эмоциональное удовлетворение, для коммерческих фирм главной выгодой является «улучшение имиджа и репутации. При этом имидж, как правило, улучшается в глазах целевых аудиторий, а репутация — в глазах партнеров и органов власти, поскольку реализация социально ориентированных проектов сигнализирует им об устойчивости и социальной ответственности той или иной компании» [7]. По проектам и акциям, проводимыми компанией MegaCom, можно увидеть определенную ориентированность в выборе сфер деятельности на российскую компанию. «Спортивный проект «Mega футбол» осуществляется в рамках активного участия компании MegaCom в социальной жизни граждан Кыргызстана. Ведущий сотовый оператор страны продолжает реализацию спортивного проекта «Mega футбол», направленного на создание благоприятных условий подрастающему поколению для игры в футбол. В планах компании строительство мини-футбольных полей во всех регионах

страны. Стартовав в 2011 году в городе Каракол Иссык-Кульской области, проект движется дальше по курсу, планируя охватить все семь областей по республике» [6]. Этот проект демонстрирует общность философий МегаФона и MegaComa по пропаганде спорта, веры в собственные возможности и воли к победе. Не случайно кыргызстанский сотовый оператор выбрал футбол, так как в 2011 году проект МегаФона Чемпионат «Будущее зависит от тебя» стал лауреатом премий «PROBA-IPRA GWA» в номинации «Лучший социальный PR-проект» и «Лидеры корпоративной благотворительности» в номинации «Лучшая программа, способствующая развитию местных сообществ и улучшению социального климата в регионе присутствия компании» [1], что стало доказательством успешно проводимого проекта. Конечно же, проект MegaCom избрал несколько иной способ популяризации спортивной дисциплины по финансовой причине. Вторым важным проектом компании является образовательный проект «Мега Билим», который позволяет ученикам из отдаленных сельских школ по всей республике получить доступ к работе на компьютере и интернету, что является огромным вкладом в развитие образования страны. Наряду с белыми компьютерами, школам предоставляется специализированная белая мебель, USB-модем, SIM-карта, свободное программное обеспечение и годовое гарантийное обслуживание. Кроме того, в рамках реализации образовательного проекта учителя информатики учебных заведений, прошедших в проект проходят 3—5 дневные тренинги по повышению потенциала. Образовательный проект «Мега Билим» в корне отличается от образовательных проектов МегаФона, так как в нем учитываются проблемы свойственные нашей стране, а именно невозможность обеспечения технической базой периферийных школ силами государства. Также, MegaCom следуя примеру российского сотового оператора, проводит акции по озеленению городов, по оказанию помощи ветеранам Великой Отечественной войны и пострадавшим от природных катаклизмов. Ведение социально-ответственного бизнеса по примеру российской компании

МегаФон привело к позитивной оценке MegaComa со стороны потребителей и общества в целом.

Список литературы:

1. Детский Чемпионат по футболу — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://msk.corp.megafon.ru/sotsialnaya_otvetstvennost/social/sport_detyam/detskiy_chempionat_po_futbolu/20120423-1757.html (дата обращения 02.03.2013).
2. Корпоративный социальный проект «Мега Билим» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.megacom.kg/rus/about/mega_bilim/ (дата обращения 02.03.2013).
3. Макашев М.О. Бренд [Текст]: учеб. пособие для вузов — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 207 с.
4. «МегаФон» по-киргизски — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.comnews.ru/node/15203> (дата обращения 18.02.2013).
5. Ольшанская Н. Цветовое восприятие рекламы. [Текст] / Н. Ольшанская // Индустрия рекламы — 2003 — № 2. — 101 с.
6. Проект «Мега Футбол» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.megacom.kg/rus/about/megafootball/> (дата обращения 02.03.2013).
7. Продвижение социально-ориентированных проектов средствами маркетинговых коммуникаций — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0a65635a2bd78a4c43b89521216d37_0.html (дата обращения 12.02.2013).
8. Шевченко Л.С. Конкурентное управление [Текст] : учеб. пособие — Харьков: Эспада, 2006. — 520 с.
9. Эллууд А. Основы брендинга: 100 приемов повышения ценности товарной марки [Текст] — Пер. с англ. Т. Новоковой. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. — 336 с.

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА

КОМПЛЕКСНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО И ДОБРОВОЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ

Артюх Дарья Михайловна
студент Рубцовского института (филиала) Алтайского Государственного
Университета, г. Рубцовск

Фролкин Виктор Степанович
научный руководитель, старший преподаватель Рубцовского института
(филиала) Алтайского Государственного Университета, г. Рубцовск

В марте 2012 г. в Москве между компетентными специалистами и представителями страховых компаний был проведён конструктивный диалог на тему законодательного разрешения совмещать полисы обязательного и дополнительного медицинского страхования, но Министерство здравоохранения отклонило предложение страховщиков о внесении изменений в законодательство и на сегодняшний день совместная реализация этих двух видов медицинского страхования запрещена. Между тем, вопрос о том, что связывает эти два вида медицинского страхования, а также о том, что нужно сделать для их более тесного взаимодействия остается открытым и требует углубленного анализа, как со стороны страховых компаний, так и со стороны государства.

Целью работы: анализ развития медицинского страхования на основе комплексной реализации обязательно и добровольного медицинского страхования.

Задачи:

1. проанализировать медицинское страхование на российском страховом рынке;

2. определить предпосылки и критерии комплексной реализации обязательно и добровольного медицинского страхования;

3. выявить механизм комплексной реализации;

4. проанализировать последствия комплексной реализации.

Объект исследования: медицинское страхование как комплексное явление, опосредующее реализацию обязательно и добровольного медицинского страхования.

Предмет исследования: экономические отношения, возникающие при реализации медицинского страхования.

Обязательное медицинское страхование (ОМС) — это система государственных гарантий бесплатного оказания медицинской помощи за счет средств фонда ОМС.

Добровольное медицинское страхование (ДМС) — вид личного страхования, которое позволяет полностью или частично компенсировать расходы на платное медицинское обслуживание.

Предпосылкой к совместной реализации ОМС и ДМС является схожесть набора предоставляемых медицинских услуг по каждому договору страхования и одинаковые элементы механизма страхования.

Для начала, необходимо разобраться, что получают граждане при каждом виде страхования.

При ОМС граждане получают бесплатно базовые медицинские услуги (первичная медицинская помощь, скорая помощь и специализированная) согласно «Программе государственных гарантий».

Но на сегодняшний день больницы также в праве оказывать платные услуги. Эти услуги согласно ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в РФ» могут быть оказаны за счет за счет личных средств пациента, средств работодателей пациентов или договоров ДМС.

«Платные услуги предоставляются в случаях:

1. если медицинские услуги предоставляются на условиях других, чем установлено в программе государственных гарантий;

2. если услуги предоставляются анонимно;
3. гражданам иностранных государств» [3].

Остановимся подробнее на первом пункте. Основаниями для предоставления платных услуг является применение непредусмотренных стандартом лекарственных препаратов, самостоятельное обращение пациента за медицинской помощью, а также качество оказания услуг.

Применение дополнительных лекарственных препаратов предусматривает, что пациенты сами платят за них, из своего кармана. Расходы россиян на медикаменты с каждым годом растут, так, если в 2003 году россиянин в среднем тратил 700—800 руб. на покупку медикаментов, в 2005—1800 руб., в 2006 году — 2200 руб., то в 2011 г. расходы достигли 2500—3100 руб. в год.

На самостоятельное обращение пациента к врачу стоит обратить особое внимание. Фактически сегодня у граждан осталось только одно гарантированное законом право — на осмотр у участкового терапевта. Получить консультацию врача-специалиста или провести дополнительное обследование можно только по направлению. Но если терапевт не дает направление то за обращение к врачу придется заплатить. Следовательно, любое медицинское учреждение легко обеспечит себе значительный объем платных медицинских услуг.

Таки образом, лечение по сути бесплатное, выливается в достаточно большую сумму, кроме того платится много теневых платежей.

В законе «Об основах охраны здоровья граждан в РФ» прописано, что «платные медицинские услуги предоставляются, в том числе за счет договоров ДМС» [3].

Таким образом, получается, что за счет средств договоров ДМС должны покрываться только дополнительные лекарства, качество и обследование. Но на сегодняшний день договор ДМС включает тот же пакет медицинских услуг, что и базовая программа ОМС, за исключением нескольких видов медицинской помощи (онкология, психические болезни и др.). Следовательно,

человек, решившись получить медицинскую помощь в рамках ДМС, платит дважды за одну и ту же услугу — сначала по ОМС, потом по ДМС.

Таким образом, главными отличиями ДМС от ОМС является покрытие расходов на получение сверх гарантированных услуг и высокий уровень обслуживания пациентов.

На сегодняшний день на практике происходит дублирование ОМС и ДМС. Между тем, эти два вида страхования существуют параллельно, не конкурируют между собой, и качество ни страхования, ни оказания медицинских услуг не улучшается.

Между тем, при осуществлении механизма страхования и ОМС и ДМС имеют общие черты ведения дел (оценка риска, заключение договоров, осуществление страховых выплат и др.), что позволяет говорить об их тесноте и определяет возможность их комплексного осуществления.

Под комплексной реализацией ДМС и ОМС подразумевается осуществление двух данных видов страхования одной страховой компанией, а не разными, как происходит сегодня, при этом, страховщики предлагают единый пакет медицинского страхования, то есть рынки ОМС и ДМС объединены в один рынок.

«Существуют условия обеспечения объединения ОМС и ДМС:

1. изменения на законодательном уровне. Необходимо законодательное определение места ДМС в системе финансирования здравоохранения (поправки в закон об ОМС или отдельный закон, регламентирующий ДМС). Также, требуется четко разграничить какие услуги предоставляем бесплатно по ОМС, а какие платно по ДМС.

2. изменения на финансовом уровне. В рамках одной страховой компании страхователь будет оплачивать медицинские услуги по двум счетам — по ОМС (базовую программу) и ДМС (дополнительные услуги). Переход на одноканальное финансирование здравоохранения еще больше сблизит ОМС и ДМС, и позволит оплачивать медицинские услуги по полному тарифу.

3. На техническом уровне. Необходимо создать единую информационную систему для страховых компаний и лечебных учреждений. Завершающим этапом в создании единой базы должен стать переход на новые электронные полисы» [1].

Таким образом, страхователь будет выбирать страховую компанию не только по базовой программе ОМС, но и по условиям дополнительного страхования. Цена пакета основных и дополнительных услуг и является основанием для потребительского выбора и конкуренции страховщиков.

Плюсы комплексной реализации ОМС и ДМС:

1. изменение продуктовой линейки страхования. Базовая программа ОМС может объединяться с разными страховыми программами ДМС, но в совокупности они представляют собой определенный страховой продукт, параметры которого различаются по потребителям.

Страховщики будут создавать:

1. коробочные продукты;
2. Базовая программа с различной сервисной составляющей;
3. Базовая программа и рисковое страхование;
4. Специальные продукты для работников отдельных отраслей и др.

Все это выгодно в первую очередь для потребителей. В зависимости от уровня дохода, образа жизни, состояния здоровья появится возможность выбрать оптимальный продукт, сочетающий ОМС и необходимые пункты ДМС. Для страховых компаний увеличение разнообразия продуктов приведет к росту рынка медицинского страхования.

2. снижение стоимости полиса ДМС.

Так как цена станет основным фактором при конкуренции, то выигрывают страховые компании, которые смогут снизить стоимость полиса. Добиться этого, страховщик может за счет снижения страховой нагрузки в части расходов на ведение дела.

$$H = РВД + РПМ + П \quad (1)$$

где: Н — страховая нагрузка;

П — прибыль страховой компании;

РПМ — отчисления в резерв предупредительных мероприятий;

РВД — расходы на ведение дела страховщика по виду страхования.

Снижения РВД при объединении неизбежно произойдет на основе общих параметров механизма страхования ОМС и ДМС.

Таким образом, если сегодня средняя стоимость полиса ДМС по корпоративному страхованию составляет 10000—15000 руб. в год на каждого застрахованного, то при комплексной реализации его расчетная стоимость могла бы составить 4000—5000 руб. в год.

Добиться снижения стоимости полиса возможно также за счет улучшения работы с медицинскими организациями, что приведет к росту инвестиций в здравоохранение. Также для снижения стоимости полиса возможно внедрение скоринговых методов оценки страхователей

Минусы комплексной реализации:

1. снижение количества страховых компаний. При изменении законодательства на рынке больше шансов остаться страховой компании, которая занимается ОМС и ДМС в рамках одной компании, либо одной страховой группы.

2. рост издержек поиска страховщика. Потребитель получает возможность сравнивать большее число вариантов, а это требует материальных и временных затрат.

3. повышение уровня финансовых рисков страховщиков. Сейчас страховая компания по ОМС несет риски, связанные с отклонениями фактических затрат на медицинскую помощь от плановых. При объединении к существующим рискам добавляются обычные риски страховщиков, связанные с обязательствами по программам коммерческого страхования.

4. ужесточение отбора рисков. То есть будет происходить отбор более здоровых контингентов населения. Формально больной человек может иметь право на выбор страховщика, но реально такой выбор может быть ограничен комплексом специальных мероприятий.

На сегодняшний день, система здравоохранения не готова еще к объединению обязательного и добровольного медицинского страхования, необходимо принять законы, определяющие место ДМС в системе финансирования здравоохранения, а также повысить качество медицинского обслуживания в целом, что позволит войти в систему частным медицинским компаниям.

Однако, можно с уверенностью говорить, что объединение ОМС и ДМС неизбежно, как это уже произошло в ряду развитых стран Европы, к этому готовы и страховые компании, и пациенты и их работодатели.

Комплексная реализация ОМС и ДМС позволит увеличить объем финансирования здравоохранения и расширить рынок страхования при снижении стоимости полиса, что выгодно государству, страховым компаниям и населению.

Список литературы:

1. Медицинское страхование: синергия ОМС и ДМС — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://raexpert.ru/researches/insurance/med_insur/ (дата обращения 05.10.2012).
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 21 октября 2011 г. № 856 г. Москва «О Программе государственных гарантий оказания гражданам Российской Федерации бесплатной медицинской помощи на 2012 год» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rg.ru/2011/10/28/medpomosh-dok.html> (дата обращения 05.10.2012).
3. Федеральный закон РФ от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rg.ru/2011/11/23/zdorovie-dok.html> (дата обращения 30.09.2012).

ЛОГИСТИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬХОЗКООПЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Бабина Элеонора Владиславовна

студент Берлинского университета им. Гумбольдта, Германия

Бабина Юлия Васильевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент Новосибирского
государственного аграрного университета*

Под влиянием глобализации мировой экономики — с выходом процессов за национальные границы, с интенсивным технико-экономическим развитием стран и улучшением транспортной инфраструктуры, — обостряется конкуренция и происходит поиск новых резервов роста, рынков сбыта, что приводит к формированию особых макросистем политического, экономического и правового характера, увеличению логистической производительности и расширению интеграции.

Макрологистические системы на сегодняшнем этапе развития включают прежде всего близкие по уровню экономического развития страны, но перспективы развития логистических каналов задают региональные факторы и связаны с разделением труда и кооперацией на локальной территории, что ведет к образованию хозяйственных комплексов, оптимизирует работу и приспособливает отдельные предприятия, отрасли, а далее — регионы друг к другу. Региональные аспекты логистики можно рассматривать как в рамках одной страны, так и на уровне международного сотрудничества стран за счет экономического сближения территорий, имеющих общие границы и исторически сложившиеся связи (культурные, др.), с целью экономии издержек, объединения усилий для оптимальной структуры производства, стимулирования сбыта на базе современных принципов логистики.

Важнейшей чертой глобализации в сфере развития агропромышленного комплекса в развитых странах на современном этапе является кооперирование малого агробизнеса с общественным производством. Переработка и сбыт продукции дополняется объединениями в сфере производства — в большинстве

развитых стран значительные позиции принадлежат кооперации на стыке сельского хозяйства со смежными отраслями экономики, тем самым наиболее рентабельно используя аккумулируемые ресурсы. Создание собственной кредитной кооперации инвестиций в сельское хозяйство ряда стран способствует уменьшению зависимости от банковского финансирования.

Организация ресурсного обеспечения сельхозпроизводителей и продвижения их продукции на рынок на принципах кооперации дает значительный экономический, социальный и экологический эффект в странах ЕС. Кооперативы являются связующим звеном логистической организации ресурсообеспечения, переработки и сбыта сельхозпродукции в условиях рыночной трансформации экономики. Развитие сельскохозяйственной кооперации, в частности, структура сельскохозяйственной кооперации в Германии во главе с федеральным союзом — Deutscher Raiffeisenverband, соответствует принципам общей аграрной политики (Common Agricultural Policy, CAP) и имеет особое значение не только для обеспечения продовольственной безопасности, но и для конкурентоспособности отрасли. Поэтому субъекты кооперации включены в систему дотаций и субсидий ЕС. Ежегодно Европейский социальный фонд, Европейский фонд регионального развития и Европейский фонд ориентации и гарантии сельского хозяйства оказывают серьезную финансовую помощь для развития региональной и местной структур сельскохозяйственной кооперации.

На современном этапе развития российской аграрной кооперации представляется крайне полезным практика развитых стран. Опыт Германии ценен тем, что там в последнюю четверть века произошел качественный сдвиг в системе сельскохозяйственной кооперации, с эффективной реорганизацией убыточных хозяйств в агросекторе бывшей ГДР до более развитого технологического уровня другой части страны. На фоне решения этих проблем, в условиях процессов глобализации и европейской интеграции происходила синхронизация экономик и нормативно-правовой базы Германии

и Европейского союза (2006—2008 гг — знаковые для немецкого законодательства по кооперации).

В условиях глобального изменения внешней и внутренней маркетинговой среды, присоединение России к ВТО сопряжены с серьезными угрозами для производителей, сложнее всего адаптироваться к новым условиям мелким и средним предприятиям. Наиболее чувствительными от либерализации торговых правил является категория товаров, защищенных тарифно-таможенным регулированием до присоединения к ВТО — мясо и мясопродукты, молочные продукты с длительным сроком хранения (сыры, сухое молоко, и пр.), рис, сахар, сезонные овощи.

В области массового производства экологически чистых продуктов Россия отстала от большинства развитых и многих развивающихся стран на десятилетия. В действующем законодательстве РФ нет понятия «органическая сельхозпродукция» или «экологически чистая продукция», однако спрос на продукцию под маркой «эко», «био» и «органика» в России уже сформировался. По данным International Federation of Organic Agriculture Movements, объем российского рынка экопродукции в 2011 году составлял \$ 60—80 млн. или 0,1 % от потребляемого в стране продовольствия. Из этого количества только 10 % — отечественного производства, а остальное — импорт из Германии и других стран Евросоюза [4].

Несмотря на то, что природно-климатический потенциал России позволяет производить практически все виды сельхозпродукции в объемах вполне достаточное для удовлетворения потребностей страны, эффективность аграрной политики пока не достигла необходимого уровня, характеризующего сферу АПК как устойчиво и динамично развивающуюся отрасль. Слабое развитие инфраструктурного комплекса АПК, предприятия и организации которого являются звеньями логистических систем в развитых странах, в России сопряжено со значительными потерями и проблемами, которые препятствуют созданию условий для развития кооперации и наращиванию производственного потенциала сельского хозяйства в целом: чрезмерный

диспаритет цен, падение покупательной способности сельхозпроизводителей и отсутствие у большинства из них доступа к ресурсам, низкая квалификация кадров и многие другие. Сельское хозяйство входит в зону стратегических приоритетов — это экономическая основа жизни регионов, это образ жизни четверти населения, это и продовольственная безопасность страны в целом, поскольку региональная экономика поставляет серьезные объемы продовольствия на рынок, это резерв для повышения рентабельности и прибыли, укрепления конкурентоспособности, так необходимой при работе в условиях членства в ВТО, в условиях Таможенного Союза.

В рамках национального проекта «Развитие АПК» в июле 2012 г. утверждена Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013—2020 годы, одной из основных целей которой является повышение конкурентоспособности продукции на внутреннем и внешнем рынках на основе инновационного развития АПК, создание благоприятной среды для развития предпринимательства на селе. Общий уровень рентабельности сельскохозяйственного производства к 2020 г. должен увеличиться на 3 %. Мероприятия поддержки малых форм хозяйствования включают развитие семейных животноводческих ферм на базе крестьянских (фермерских) хозяйств, предусматриваются меры финансовой поддержки малого предпринимательства, упрощение налогового режима, ведения бухгалтерской и статистической отчетности и иных направлений. Наиболее существенные изменения мер государственной поддержки в связи со вступлением в ВТО касаются экономически значимых региональных программ (увеличено финансирование с 13,0—21,3 млрд. рублей ежегодно). В рамках этого мероприятия будет проводиться поддержка наиболее приоритетных направлений — на уровне регионов.

Например, Новосибирская область (НСО) входит в первую десятку крупнейших производителей сельскохозяйственных товаров России. Ключевое направление развития экономики НСО, обозначенное в январе текущего года

Губернатором области, связано с переходом на качественно новый уровень агропромышленного производства. Доля агропромышленного комплекса в общем объеме валового регионального продукта НСО составляет 8 процентов, это в три раза меньше промышленного сектора. Для сравнения, урожайность сибирских полей сто лет назад составляла 7,1 центнера с гектара, что сопоставимо с результатами 2012 г. (очень засушливого года), за предыдущие пять лет средний показатель урожайности — 19 центнеров с гектара (рост за столетие всего в 2,7 раза). «Несмотря на то, что «за это время от сохи перешли к мощнейшим посевным комплексам и элитным семенам», резерв урожайности еще очень большой, есть хозяйства, с полей которых урожайность 32—42 центнера с гектара [1].

Огромный резерв роста эффективности сельского хозяйства в НСО представляют личные подворья (более 290 тысяч личных подсобных хозяйств), крестьянские хозяйства (2600 фермеров на январь 2013 г.), эти формы хозяйствования дают почти половину — 44 % сельскохозяйственного производства области. В настоящее время в Новосибирской области реализуется и система кредитной потребительской кооперации для жителей сельских территорий. Цифровые сравнения результатов развития кооперации российского агрорынка с зарубежным опытом — не уместны, так же как нет смысла сравнивать сибирский регион с развитыми европейскими странами и по численности, и по занимаемой площади.

В странах с развитой рыночной экономикой основной организационно-правовой формой сельскохозяйственного предприятия является по преимуществу семейное фермерское хозяйство, охваченное системой кооперативов, на долю которых приходится от 30 % до 85 % всего сельскохозяйственного производства. Современная структура сельскохозяйственной кооперации зарубежья кардинально не отличается — представлена предприятиями по производству, переработке и сбыту продукции, производственному снабжению и обслуживанию, кредитованию. Кардинальное отличие в том,

что во многих странах государство является соинвестором логистических и перерабатывающих центров.

Тенденции развития системы сельскохозяйственной кооперации в странах ЕС, и, в частности, в Германии — в ближайшей перспективе связаны с использованием преимуществ единого законодательства, централизацией как внутри отрасли, так и межотраслевой. Кроме того, развитие законодательной базы предусматривают усиление государственного контроля за происхождением сельскохозяйственных продуктов, а также сохранение природных ландшафтов и защиту окружающей среды. В российском законодательстве требования экологичности сельского хозяйства пока находится вне рамок правового «поля».

Таким образом, расширение возможностей роста агрокооперации в Германии в первую очередь достигается посредством открытия дальнейших уровней логистики. Создание общего аграрного рынка на принципах логистизации играют важную роль в становлении и развитии кооперации в сельском хозяйстве, так как этой форме хозяйствования присуща мобильность, маневренность и устойчивость в условиях экономических кризисов, которые только подтверждают стабильность кооперативной системы. Особую устойчивость европейской логистической системе придает её широкий региональный базис — тесная взаимосвязь с региональной экономикой, фермерами и конечными потребителями.

Именно на прочном региональном фундаменте возможно построение логистической системы кооперации, способной не только обеспечить продовольственную безопасность страны, но и конкурентоспособность на международных рынках. Движение в сторону поддержки сельскохозяйственных кооперативов в регионах России вселяет надежду на благоприятные перспективы развития кооперативного сектора экономики российского АПК.

Опыт Германии и других стран уже многократно доказал целесообразность существования и эффективность работы кооперативных организаций,

все многочисленные возможности создания новых или преобразования уже существующих форм кооперирования в аграрном секторе можно теоретически свести к следующей возможной модели организационного развития:

1 этап — создание и развитие первичных (специализированных) кооперативов на базе крестьянских фермерских хозяйств и личных подсобных хозяйств населения, других форм;

2 этап — выделение центральных кооперативов на региональном уровне как головных организаций для юридически самостоятельных сельхозпроизводителей одного типа, объединенных в специализированные кооперативы на региональном и, в перспективе — федеральном уровне;

3 этап — проектирование и структурирование цепочки взаимодействий «многоуровневой» системы с целью наиболее эффективного использования ресурсов и времени движения материальных и информационных потоков, интеграция и усиление производственных связей с другими отраслями, занимающимися переработкой и доведением его продукции до потребителя.

В настоящий момент в России реализуются начальные стадии — построение отдельных звеньев системы ассоциативных сельскохозяйственных кооперативных формирований различных видов, которые должны охватывать местный (районный), областной и федеральный уровень. В условиях низкой эффективности работы системы требуются механизмы, регулирующие соответствие потенциала производства требованиям рынка.

Необходимость активного использования инструментов логистики для обеспечения баланса между всеми областями деятельности какой-либо организационной структуры в сельском хозяйстве определяется и региональными особенностями: сезонностью и цикличностью производства, высокими рисками (природно-биологического характера), а также капиталоемкостью производства. Отсюда вытекает имеющееся преимущество переработчиков и потребителей сельхозпродукции, диктующих (а зачастую с позиций монополии) условия экономического взаимодействия.

Безусловно, наряду с этим остаются открытыми проблемы стимулирования инновационного развития в сельхозотрасли. Но серьезные инвестиции в отрасль с низкой эффективностью — маловероятны и бессмысленны, а государственное регулирование предполагает лишь те функции, которые не в состоянии обеспечить действия рыночного механизма. Общими предпосылками формирования производственного потенциала сельского хозяйства и перехода на инновационный путь развития, преодоления экономического отставания, технической и технологической модернизации могли бы быть организационно-экономические отношения в инфраструктуре кооперации, построенные на принципах логистического управления.

Задача становления интеграционных процессов в системе может быть решена с применением методов экономико-математического моделирования. При этом логистические инструменты, формы и методы должны соответствовать пространственно-территориальной специфике агрорынка, а масштабы внедрения — варьироваться в зависимости от уровня развития сельхозкооперации, с учетом структуры и потенциальных участников объединений, с вовлечением в интеграционные процессы малого агробизнеса на селе.

Процесс решения и промежуточные результаты задачи по оптимизации цепи «производитель-потребитель» — взаимоотношений локальных агрорынков производителей и перерабатывающих предприятий с потребителями — должны служить ориентиром при разработке региональных программ развития различных продуктовых подкомплексов. В этой связи должна проводиться четкая политика региональных властей, направленная на оптимизацию сырьевых зон и обеспечение возможности сбыта данной продукции. Это обеспечит реальность разработанных программных мероприятий, а также эффективное использование целевых бюджетных средств. Улучшение социально-трудового климата на селе и повышение уровня мотивации сельхозпроизводителей к увеличению объемов производства; эквивалентное распределение доходов от реализации конечной продукции

между участниками — все это усилит роль развития потребительской кооперации, все в комплексе будет способствовать повышению конкурентоспособности сельхозпродукции, особенно в условиях членства России в ВТО.

Список литературы:

1. Выступление Губернатора НСО Юрченко В.А. на форуме «Социально-экономическое партнерство — 2013» от 14.02.2013 г. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.nso.ru/Lists/News/DispForm.aspx?ID=6430> (дата обращения 01.03.2013).
2. Калабеков И.Г. Российские реформы в цифрах и фактах. — М.: РУСАКИ, 2010. — 498 с. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://kaig.ru/reform.pdf> (дата обращения 01.03.2012).
3. Тонкошкурков И.В. Глобальный рынок и сельскохозяйственная кооперация: приоритеты и тенденции для Германии. — Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2010. Т. 15. № 1. С. 49—53. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.vestnik-kazgau.com/archiv/vestnik-kazanskogo-gau-1-15-2010_ru (дата обращения 01.03.2013).
4. Перспективы российского рынка экопродукции. Обзорно-аналитическая статья сайта «Мировое пчеловодство» от 12.12.2012. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.apiworld.ru/stati/> (дата обращения 01.03.2013).
5. J.K. Sundaram, Cooperatives for a better world. International Conference on Cooperative Response to Global Challenges Humboldt University Zu Berlin, 21—23 March 2012— [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.geno.hu-berlin.de/Presse/sundaram/view> (дата обращения 01.03.2013).

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Блюмина Анна Александровна

студент экономического факультета ПГНИУ, г. Пермь

Базуева Елена Валерьевна

научный руководитель, доцент ПГНИУ, г. Пермь

Инвестиции являются одним из важнейших элементов, на котором основывается экономика и благосостояние государства, развитие производства, предпринимательства и бизнеса.

Неоднородность инвестиционного пространства России является одной из особенностей ее экономики. Высокая инвестиционная привлекательность является ключевым фактором повышения конкурентоспособности страны, обеспечения высоких и устойчивых темпов экономического роста. Проблема формирования стабильного инвестиционного климата, расширение функций государства в обеспечении притока инвестиций в российскую экономику и их рационального использования чрезвычайно актуальна и важна. Одной из ключевых задач, стоящих сейчас перед российскими властями, является повышение инвестиционной привлекательности России.

В современных условиях привлечение инвестиций способствует развитию экономики, внедрению новых технологий, обновлению изношенных основных производственных фондов, созданию новых рабочих мест и других немаловажных составляющих способствующих развитию стран, их регионов и отраслей. Стремление к открытости экономики, повышению конкурентоспособности национального производства, завоеванию доверия на мировом рынке, участию в международном финансовом обмене обуславливает необходимость создания условий для привлечения иностранных инвестиций.

Согласно данным Росстата приток иностранных инвестиций в экономику РФ в 2011 году вырос на 66,1 % по сравнению с 2010 годом до 190,6 млрд. долл. Из них прямые иностранные инвестиции (ПИИ) составили 18,415 млрд. долл. (рост на 33,3 % к уровню 2010 г.). Портфельные инвестиции

снизились на 25,1 % и составили 805 млрд. долл. [10]. Прочие инвестиции выросли в 1,7 раза, или на 71,1 % — до 171,423 млрд. долл. (табл. 1).

Таблица 1.

Поступление иностранных инвестиций 2010—2011 гг. и I полугодие 2012 г.

Даты	Иностранные инвестиции в экономику России		Прямые иностранные инвестиции		Портфельные иностранные инвестиции		Прочие иностранные инвестиции	
	млн. долл.	в % к соотв. периоду	млн. долл.	в % к соотв. периоду	млн. долл.	в % к соотв. периоду	млн. долл.	в % к соотв. периоду
2010 г.								
I кв.	13 146,00	109,30	2 623,00	82,40	293,00	250,00	10 230,00	117,10
II кв.	30 384,00	94,50	5 423,00	89,00	700,00	81,10	24 261,00	96,20
III кв.	47 488,00	86,80	8 196,00	82,20	866,00	85,00	38 426,00	87,80
IV кв.	114 746,00	140,10	13 810,00	86,80	1 076,00	121,90	99 860,00	153,30
2011 г.								
I кв.	44 349,00	340,00	3 890,00	148,30	122,00	41,80	40 337,00	390,00
II кв.	87 698,00	290,00	7 039,00	129,80	241,00	34,50	80 418,00	330,00
III кв.	133 784,00	280,00	11 736,00	143,20	535,00	61,80	121 513,00	320,00
IV кв.	190 643,00	166,10	18 415,00	133,30	805,00	74,90	171 423,00	171,70
2012 г.								
I кв.	36 534,00	82,40	3 863,00	99,30	1 007,00	820,00	31 664,00	78,50
II кв.	74 789,00	85,30	7 598,00	108,00	1 193,00	490,00	65 998,00	82,10

Поступление иностранных инвестиций в Россию в 2012 году сокращается. В первом полугодии в экономику России поступило 74,8 млрд. долл. иностранных инвестиций, что на 14,7 % меньше, чем в первом полугодии 2011 года.

Приток ПИИ вырос на 8 % и составил 7,598 млрд. долл. — это 10,2 % от общего объема поступлений. Наиболее значительно среди видов прямых инвестиций наблюдается рост взносов в капитал, рост на 28,9 % к уровню 2011 года. По итогам первого полугодия 2012 года происходит спад кредитов от зарубежных совладельцев организаций (в 2011 году наблюдался рост этого показателя на 62,2 % по отношению к аналогичному периоду 2010 года). Объем прочих прямых инвестиций остается практически неизменным (табл. 2).

Таблица 2.

Поступление иностранных инвестиций по типам

	I полугодие 2012 г.			Справочно, I полугодие 2011 г.	
	млн. долларов США	в % к		в % к	
		I полугодю 2011г.	итогу	I полугодю 2010г.	итогу
инвестиции	74789	85,3	100	в 2,9 р.	100
из них:					
прямые инвестиции	7598	108	10,2	129,8	8,0
в том числе:					
взносы в капитал	3895	128,9	5,2	109,7	3,4
из них реинвестирование	397	27,3	0,5	в 6,1 р.	1,7
лизинг	3	5,6	0,0	98,6	0,1
кредиты, полученные от зарубежных совладельцев организаций	2987	91,5	4,0	162,2	3,7
прочие прямые инвестиции	713	102,4	1,0	116,1	0,8
портфельные инвестиции	1193	в 4,9 р.	1,6	34,5	0,3
в том числе: акции и паи	1104	в 7,4 р.	1,5	51,9	0,2
долговые ценные бумаги	89	96,1	0,1	22,5	0,1
прочие инвестиции	65998	82,1	88,2	в 3,3 р.	91,7
в том числе:					
торговые кредиты	13088	109,1	17,5	177,0	13,7
прочие кредиты	47731	71,8	63,8	в 4,2 р.	75,8
из них:					
на срок до 180 дней	31438	67,6	42,0	в 22,0 р.	53,0
на срок свыше 180 дней	16293	81,5	21,8	147,3	22,8
прочее	5179	в 2,7 р.	6,9	107,1	2,2

Произошел высокий рост портфельных инвестиций. За первое полугодие 2012 г. они выросли практически в 5 раз и составили 1,19 млрд. долл., за аналогичный период 2011 г. — 0,24 млрд. долл. Абсолютным лидером по динамике среди видов портфельных инвестиций стали акции и паи, составив 1,104 млрд. долл. (рост в 7,4 раза к уровню показателя первого квартала 2011 г.). Наблюдается спад прочих инвестиций, показатель снизился на 17,9 % и составил 65,99 млрд. долл. (В первом полугодии 2011 года показатель прочих иностранных инвестиций вырос в 3,3 раза по сравнению с первым кварталом 2010 года).

Накопленный иностранный капитал в экономике России в первом полугодии составил 334,7 млрд. долл., это на 6,2 % больше, чем за аналогичный период прошлого года (табл. 3).

Таблица 3.

Объем накопленных иностранных инвестиций в экономике России по основным странам-инвесторам (млн. долл. США)

	Накоплено на конец июня		В том числе			Справочно поступило в I полуг.
	всего	в % к итогу	прямые	портфельные	прочие	
Инвестиций I полугодие 2010 г. 1)	262637	100	106630 40,6 %	11030 4,2 %	144975 55,2 %	30384
Инвестиций I полугодие 2011 г. 1)	315600	100	120263 39,5 %	8891 2,7 %	171958 57,8 %	44349
Всего инвестиций I полугодие 2012 г. 1)	334672	100	128777 38,5 %	8288 2,5 %	197607 59 %	74789
Из них по основным странам — инвесторам	284027	85,0	100553	6815	176659	33178
В том числе: Кипр	71181	21,3	49806	1865	19510	6190
Нидерланды	55624	16,6	22467	24	33133	9281
Люксембург	36706	11,0	1095	127	35484	1913
Китай	27688	8,3	1278	1	26409	412
Соединенное Королевство (Великобритания)	25740	7,7	3237	2946	19557	7535
Германия	24988	7,5	10963	10	14015	2575
Виргинские о-ва (Брит.)	12089	3,6	7904	1812	2363	1640
Ирландия	10616	3,2	325	4	10287	571
Япония	10295	3,1	981	4	9310	598
Франция	9110	2,7	2497	22	6591	2463

Включая инвестиции из государств-участников СНГ.

Наибольший удельный вес в накопленном иностранном капитале приходился на прочие инвестиции, осуществляемые на возвратной основе — 59,0 %, 197,6 млрд. долл. (за аналогичный период 2011 г. — 57,8 %, 171,9 млрд. долл., 2010 г. — 55,2 %, 144,9 млрд. долл.), доля прямых инвестиций составила 38,5 % (2011 г. — 39,5 %, 2010 г. — 40,6 %), портфельных — 2,5 % (2011 г. — 2,7 %, 2010 г. — 4,2 %).

Первое место по накопленным инвестициям в Россию в 1 полугодии 2012 г. аналогично периоду 2011 г. занял Кипр — 71,18 млрд. долл., затем следуют Нидерланды и Люксембург.

Среди видов экономической деятельности наиболее привлекательной для вложения иностранного капитала в 2011 году была финансовая деятельность — 86,9 млрд. долл., около 86,6 млрд. долл. из этой суммы было погашено. Второй отраслью по объему инвестиционных поступлений остается обрабатывающие производства — 41,08 млрд. долл. (21,55 % от общего объема вложений). Однако с учетом того, что обрабатывающие компании погасили 36,03 млрд. долл., а их активы подверглись отрицательной оценке, вряд ли можно говорить о наличии интереса зарубежных инвесторов к данной отрасли. В оптовую и розничную торговлю, ремонт автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования поступило в 2011 году — 24,46 млрд. долл., добычу полезных ископаемых — 18,64 млрд. долл. (табл. 4).

Таблица 4.

Иностранные инвестиции по видам экономической деятельности

	2011 год (млн. долл.)				Накоплено на конец 2011 г.		1 полугодие 2012 г., млн. долл.
	Поступило всего	% к итогу	Погашено (выбыло)	Переоценка и прочие изменения активов и обязательств	всего	в % к итогу	
Всего	190643	100	165161	-7195	347161	100	74789
В том числе: сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	638	0,344	494	-168	2152	0,6	267
рыболовство, рыбоводство	25	0,01	61	-	75	0,0	24
добыча полезных ископаемых	18643	9,78	12688	249	56444	16,3	10430
обрабатывающие производства	41086	21,55	36033	-6636	110010	31,7	17529
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1425	0,75	426	-327	6924	2,0	1000
строительство	1958	1,027	611	-356	13660	3,9	318

оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	24456	12,83	16729	14	59579	17,1	8723
гостиницы и рестораны	99	0,052	151	-11	843	0,2	25
транспорт и связь	5943	3,117	3375	-64	31140	9,0	2634
финансовая деятельность	86885	45,57	86661	243	24848	7,2	29004
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	9237	4,845	7329	-31	38088	11,0	3705
государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	25	0,013	512	-23	1596	0,5	-
образование	2	0,001	1	-	4	0,0	0,5
здравоохранение и предоставление социальных услуг	42	0,022	31	-	197	0,1	46
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	188	0,098	50	-85	1501	0,4	84

В сельском хозяйстве уровень иностранных инвестиций крайне мал, всего 0,34 % от общего объема вложений в страну. Зарубежным партнерам намного выгоднее ввозить в Россию готовую сельскохозяйственную продукцию, которая во многих странах производится в избытке, чем создавать у нас конкурентоспособные производства. Исключение составляют только вложения в сельхозпредприятия, предназначенные для поставки сырья для пищевых производств, которые в нашей стране давно освоены и развиваются.

Объем погашенных инвестиций, поступивших ранее в Россию из-за рубежа, составил в 2011 году 165,16 млрд. долл.

По итогам первого полугодия 2012 г. в отраслевой структуре инвестиций явных изменений не произошло. Основная доля вложений прилась на финансовый сектор, обрабатывающее производство, добычу полезных ископаемых. Объем поступивших в страну иностранных инвестиций на конец июня 2012 года практически совпал с объемом погашенных инвестиций, поступило 74,8 млрд. долл., погашено 67,5 млрд. долл. (на 17,4 % меньше, чем в I полугодии 2011 года).

В последние два года отток капитала из страны растет. Объем инвестиций из России, накопленных за рубежом, на конец июня 2012г. составил 116,8 млрд. долл. (табл. 5).

Таблица 5.

Объем инвестиций из России, накопленных за рубежом

	Накоплено на конец июня 2012 г.		В том числе			Справочно поступило в I полуг. 2012 г.
	всего	в % к итогу	прямые	портфельные	прочие	
Всего инвестиций	116799	100	73498	10623	32678	69516
Из них в страны — крупнейшие получатели инвестиций	101536	86,9	65980	9040	26516	59506
В том числе: Нидерланды	31416	26,9	27578	1817	2021	4148
Кипр	25081	21,5	17193	1369	6519	6608
США	7764	6,6	6396	132	1236	340
Швейцария	7010	6,0	2710	22	4278	26487
Люксембург	6237	5,3	2457	2417	1363	69
Соединенное Королевство (Великобритания)	6002	5,1	2329	3118	555	5539
Беларусь	5708	4,9	5207	1	500	4073
Виргинские о-ва (Брит.)	5362	4,6	1659	162	541	1414
Сент-Кие и Невис	5238	4,6	2	-	5236	788
Австрия	1718	1,5	449	2	1267	10040

В I полугодии 2012 г. из России за рубеж направлено 69,5 млрд. долл. иностранных инвестиций, или на 3,4 % больше, чем в I полугодии 2011 года.

Наибольшее количество российских инвестиций традиционно направляется на Кипр — 25081 млн. долл., лидер по итогам первого полугодия Нидерланды — 31416 млн. долл., далее идут США, Швейцария, Люксембург, Великобритания.

Согласно данным второго ежегодного исследования инвестиционной привлекательности России, проведенного компанией “Ernst&Young”, в 2011 году наша страна сделала шаг вперед и улучшила свои конкурентные позиции в мире в плане привлечения ПИИ.

В 2011 году Россия заняла седьмое место в Европе по количеству проектов, финансируемых за счет ПИИ, после четвертого места в 2010 году [6]. По количеству созданных рабочих мест Россия оказалась на шестом месте (табл. 6). По информации Всемирного экономического форума, стремительное развитие внутреннего рынка позволило России войти в группу стран с наиболее высокими темпами роста экономики. Это одна из основных причин, обусловивших увеличение притока прямых иностранных инвестиций. Близость России к европейским и азиатским рынкам побуждает международные компании разворачивать деятельность на ее территории. Помимо этого, инвесторы заинтересованы в получении доступа к ее богатым природным ресурсам [3; 2].

Если количество проектов в 2011 году снизилось, то среднее количество рабочих мест, созданных в рамках одного проекта в России, было самым большим в Европе. В основном это объясняется концентрацией производства в стране. В 2011 году 48 % проектов, финансируемых за счет прямых иностранных инвестиций, осуществлялось в промышленном производстве.

Таблица 6.

ПИИ в Европе по странам — объектам инвестиций

Позиция в рейтинге	Страна	Количество проектов, финансируемых за счет ПИИ				Количество рабочих мест (2011 год)	Среднее количество рабочих мест в рамках одного проекта (2011 год)
		2010 год	2011 год	Изменение в период с 2010 по 2011 год	Доля прямых иностранных инвестиций (2011 год)		
1	Великобритания	728	679	-7 %	17 %	29888	44
2	Германия	560	597	7 %	15 %	17276	29
3	Франция	562	540	-4 %	14 %	13164	24
4	Исландия	169	273	62 %	7 %	9205	34
5	Нидерланды	115	170	48 %	4 %	2229	13
6	Бельгия	159	153	-4 %	4 %	3599	24
7	Россия	201	128	-36 %	2 %	8362	65
8	Польша	143	121	-15 %	3 %	7838	65
9	Ирландия	114	106	-7 %	3 %	5373	51
10	Швейцария	90	99	10 %	3 %	1546	16
	Другие	916	1040	14 %	27 %	59344	57
	Всего	3757	3906	4 %	100 %	157824	40

Пропустив вперед только Польшу, Россия заняла второе место в списке 10 европейских стран, которые привлекли наибольший объем прямых иностранных инвестиций.

На сферу производства приходится 51 % проектов и 92 % созданных рабочих мест. Инвесторы приходят в Россию для производства товаров как для внутреннего, так и для международного рынка. В последние пять лет 51 % прямых иностранных инвестиций в России был направлен в промышленное производство, где общее число проектов, финансируемых за счет ПИИ, составило 402 (табл. 7).

Таблица 7.

ПИИ в российскую экономику по видам деятельности

Позиция в рейтинге	Вид деятельности, финансируемой за счет ПИИ	Количество проектов, финансируемых за счет ПИИ в период с 2007 по 2011 год	Доля от общего количества проектов в период с 2007 по 2011 год	Количество новых рабочих мест в период с 2007 по 2011 год
1	Промышленное производство	402	51 %	51445
2	Продажи и маркетинг	259	33 %	1472
3	Логистика	46	6 %	287
4	НИОКР	25	3 %	297
5	Тестирование и обслуживание	20	2 %	642
6	Головной офис	12	2 %	930
7	Обучение и тренинг	8	1 %	15
8	Центры обработки данных в сети Интернет	4	1 %	1000
9	Общие центры обслуживания	4	1 %	-
10	Контактные центры	1	0 %	-
	Всего	781	100 %	56088

По этому показателю Россия вышла на четвертое место в Европе. В период с 2007 по 2011 год в рамках проектов в промышленном производстве было создано 51445 рабочих мест или 92 % от их общего количества [6].

В течение последних пяти лет наибольшее количество проектов, финансируемых за счет ПИИ, привлекла российская автомобильная промышленность: 90 проектов и 16787 новых рабочих мест (таб. 8) [9].

Таблица 8.

Проекты, финансируемые за счет ПИИ, по отраслям

Позиция в рейтинге	Отрасль	Количество проектов, финансируемых за счет ПИИ в период с 2007 по 2011 год	Доля от общего количества проектов в период с 2007 по 2011 год	Количество новых рабочих мест в период с 2007 по 2011 год
1	Автомобильная промышленность	90	12 %	16787
2	Пищевая промышленность	86	11 %	9958
3	Производство машин и оборудования	62	8 %	3682
4	Химическая промышленность	57	7 %	3218
5	Добыча неметаллических полезных ископаемых	57	7 %	3035
6	Профессиональные услуги	50	6 %	341
7	Транспортные услуги	49	6 %	457
8	Финансовое посредничество	40	5 %	263
9	Производство пластмасс и искусственного каучука	32	4 %	1297
10	Разработка программного обеспечения	25	3 %	1918
	Другие отрасли	233	31 %	15132
	Всего	781	100 %	56088

В текущем году наблюдался дальнейший рост интереса инвесторов к данной отрасли, в которую было направлено 14 % от общего объема ПИИ в российскую экономику при среднем показателе 12 % в период с 2007 по 2011 год. Российский автомобильный рынок является вторым по величине в Европе и четвертым в мире после Китая, США и Германии.

В период с 2007 по 2011 год производство машин и оборудования вышло на третье место в России по количеству проектов, финансируемых за счет ПИИ (62), и на четвертое — по количеству новых рабочих мест (3682). В 2011 году доля этого сектора в общем объеме ПИИ увеличилась до 11 % по сравнению со средним показателем 8 % за предшествующие пять лет. Рост спроса на новые машины, обусловленный модернизацией инфраструктуры,

развитием электроэнергетики и других отраслей, привлек в Россию иностранных инвесторов.

Пищевая промышленность заняла второе место в России по количеству проектов, финансируемых за счет ПИИ (86). В 2007-2011 годах в отрасли было создано 9958 новых рабочих мест. На российском рынке присутствуют крупнейшие международные компании, производители продуктов питания и напитков: Burger King, Carlsberg, Coca-Cola, Heineken, McDonald's, Nestle. В последние годы в России растет приток ПИИ в сектор профессиональных услуг. В 2011 году доля сектора составила 9 % в общем количестве проектов ПИИ. Это существенный рост по сравнению с 6 % в среднем за период с 2007 по 2011 год.

Соединенные Штаты сохраняют свои позиции в качестве основного инвестора для России: на их долю приходится 122 проекта ПИИ (16 % от общего количества) и 6043 новых рабочих мест. Ведущие американские корпорации, работающие на международных рынках, представлены во всех отраслях промышленности России, включая автомобилестроение, информационные технологии, пищевую и нефтегазовую промышленность. Среди этих корпораций — Boeing, ExxonMobil, Ford, Hewlett-Packard, Intel и Kraft Foods [6].

Инвестиционная привлекательность РФ повысилась на 8 процентных пунктов по сравнению с 2011 годом. Международные инвесторы настроены оптимистично в отношении инвестиционной привлекательности России в долгосрочной перспективе.

Что привлекает и что беспокоит инвесторов в России?

1. Инвесторов привлекает возможность производить в России товары широкого потребления и продавать их растущему российскому среднему классу. Благоприятные возможности для роста, особенно в сфере услуг, оценивают как привлекательные.

2. Конкурентоспособная по стоимости рабочая сила и развивающаяся логистическая сеть представляют собой существенные преимущества

для инвесторов. Затраты на оплату труда в России относятся к числу привлекательных факторов.

3. Инвесторы видят возможности для повышения производительности действующих в России предприятий.

4. Степень прозрачности политической, законодательной и административной сферы продолжает вызывать беспокойство. Инвесторы рассматривают меры правительства по стимулированию притока инвестиций как позитивный шаг, но считают их непоследовательными.

5. Государственные предприятия, по мнению иностранных респондентов, ограничивают возможности внедрения новых идей и возникновения новых компаний.

6. На темпы будущего экономического роста могут оказывать влияние цены на сырьевые товары и эффективность проводимых реформ.

7. Жесткие нормативные требования, бюрократия и коррупция являются барьерами для инвестиций.

8. Инвесторы отмечают благоприятные возможности для переноса в Россию современных технологий производства и их использования в целях завоевания рыночной доли.

9. Научные традиции и ресурсы России могут сделать ее лидером в сфере технологий.

Одной из главных задач Правительства РФ на современном этапе является проведение последовательной и взвешенной экономической политики, направленной, прежде всего, на улучшение инвестиционной привлекательности страны. Уже сегодня приняты меры по улучшению законодательной базы, упорядочению взаимоотношений между инвесторами и государством, уменьшена налоговая нагрузка на предприятия. Одним из свидетельств проводимых в последние годы реформ является положительная динамика макроэкономических показателей, в том числе рост промышленного производства, прогнозируемость инфляции и курса национальной валюты, объемов инвестиций в основной капитал и иностранных инвестиций, рост ВВП.

По данным Росстата ВВП России в I полугодии 2012 года вырос по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 4,4 %. Ежемесячные темпы прироста ВВП РФ за 2012 год на диаграмме 1.

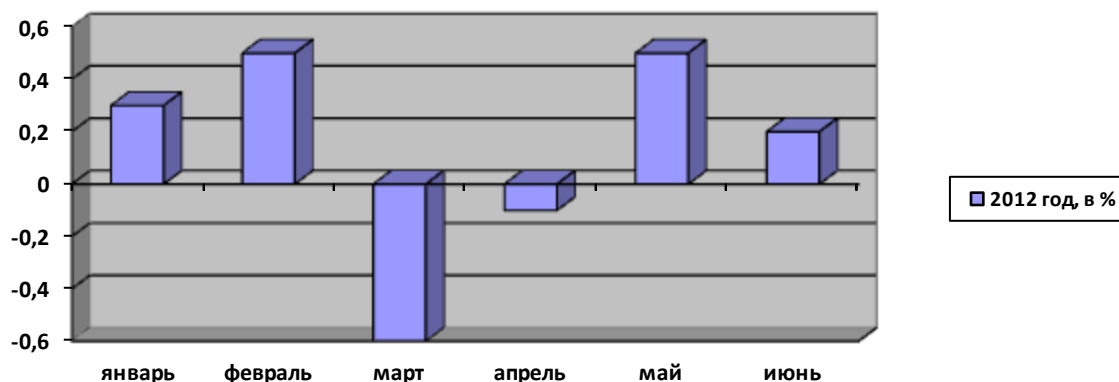


Диаграмма 1. Ежемесячные темпы прироста ВВП РФ за 2012 год

После недавнего вступления России к Всемирной торговой организации (ВТО) повысится привлекательность российской экономики для основных поставщиков инвестиций — США и европейских стран. Россия сможет больше производить, появится больше рабочих мест и инвестиций.

К 2015 году инвестиции в основной капитал должны составлять не менее 25 % ВВП (по данным ЦБ, инвестиции в основной капитал составляют сейчас 20 % ВВП). Такую задачу поставил 2 октября 2012 года на форуме «Россия зовет!» Владимир Путин. При доле инвестиций в ВВП на уровне 20—25 % можно обеспечить среднегодовые темпы экономического роста в размере 2,5—3 %, как это происходит в развитых странах, для которых характерна именно такая норма инвестиций [1; 23].

Инвесторы считают инвестиционный климат в России привлекательным, но рискованным. Беспокойство у них вызывают три ключевые области: прозрачность ведения бизнеса, политическая стабильность, а также взаимодействие с государственными органами. Россия предлагает инвесторам быстрые темпы роста, природные ресурсы, развитую телекоммуникационную инфраструктуру, новый рынок и квалифицированные кадры по умеренной

цене. Если инвестиционный климат в стране улучшится, интересные возможности, которые открываются в России, несомненно, привлекут в страну большее количество проектов.

Реализация правильной инвестиционной политики — сложная задача, и решение многих задач во многом будет зависеть от принимаемых мер по снижению инфляции; налоговой политики; реструктуризации банковской системы; законодательной базы инвестиционной деятельности; бюджетной политики; распространения лизинговых инвестиций. В связи с этим при разработке инвестиционной политики важнейшими задачами должны стать: создание условий для активизации инвестиционной деятельности; углубление институциональных и структурных преобразований, главной задачей которых должна быть финансовая стабилизация и включение в инвестиционную сферу всех возможных источников, а для этого необходима законодательная база, обеспечивающая инвесторам определенные права и гарантии.

Если предложенные меры будут реализованы, деловой климат улучшится, тогда мы увидим и приток иностранных инвестиций, и уменьшение оттока капитала из страны. Россия станет более привлекательной для инвесторов.

Список литературы:

1. Агинбегян А.А., Инвестиции — основа ускоренного социально-экономического развития России. Деньги и кредит. № 5, 2012.
2. Бризицкая А.В., Латкин А.П., Организация и финансирование инвестиций. Владивосток. Издательство ДВГУ. 2004.
3. Доклад о конкурентоспособности России, 2011 год, Всемирный экономический форум Global Consumer Confidence Report Q 4 2011, Nielsen.
4. Инвестпрофит. Деловой вестник инвестора. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.invest-profit.ru/malyi-biznes/analitika-malogo-biznesa/page/5/> (дата обращения: 10.11.2012).
5. Инвестиционный климат: методика оценки: учебное пособие / И.Б. Максимов. — Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2002. — 132 с.

6. Исследование инвестиционной привлекательности России, 2012 год. Потенциал роста. Источник: Ernst & Young — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.eu.com> (дата обращения: 12.11.2012).
7. Инвестиционный риск в анализе инвестиционного климата и привлекательности // Сибирская финансовая школа. — 2003. — № 3.
8. Российская газета — Экономика «Инвестиционные проекты» № 5812 (139) 21.06.2012.
9. Сайт Председателя правительства России Дмитрия Медведева. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.premier.gov.ru> (дата обращения: 12.11.2012).
10. Федеральная служба государственной статистики. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 05.11.2012).
11. Центральный банк Российской Федерации. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.cbr.ru/> (дата обращения: 01.12.2012).

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ
К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СТАВКИ ДИСКОНТИРОВАНИЯ
ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

Голикова Анна Сергеевна

магистрант Полесского государственного университета, г. Пинск

Лисовский Максим Иванович

научный руководитель, к.э.н., доцент кафедры финансов ПолесГУ, г. Пинск

Сущность проблемы адекватной оценки привлекательности инвестиционного проекта, состоит в определении того, насколько будущие поступления оправдывают нынешние затраты. Так как принятие решения осуществляется в данный момент времени, то естественно, что все показатели оценки инвестиционного проекта должны быть откорректированы с учетом снижения ценности (значимости) денежных ресурсов по мере отдаления операций, связанных с их расходом или получением. Смысл корректировки зачастую состоит в приведении всех величин, характеризующих финансовую сторону осуществления проекта в сопоставимый с нынешним моментом времени масштаб цен. Действие по пересчету данных величин принято называть дисконтированием, а расчет коэффициентов приведения

в практике оценки инвестиционных проектов производится на основании ставки дисконтирования. Данный показатель является основным экономическим нормативом, используемым для агрегирования разновременных результатов и приведения их в сопоставимый вид. Обоснованный выбор ставки дисконтирования, определяющей относительную ценность денежных потоков, приходящихся на разные периоды времени, напрямую влияет на надежность оценки эффективности инвестиционных проектов. Такие показатели, как чистый дисконтированный доход (NPV), индекс рентабельности инвестиций (PI), дисконтированный срок окупаемости высокочувствительны к выбранной ставке дисконтирования: чем выше норма дисконта и ниже коэффициент дисконтирования, тем быстрее будут снижаться в стоимости доходы по инвестиционному проекту, что делает большинство долгосрочных проектов неэффективными.

Методы определения ставки дисконта рассматриваются в работах как российских, так и зарубежных авторов по инвестиционному анализу и оценке инвестиционных проектов. В нашей работе мы проанализируем имеющиеся теоретические подходы к определению ставки дисконтирования, а также сравним, используются ли данные подходы на практике при расчете показателей эффективности инвестиционного проекта.

Наиболее распространенными теоретическими методами определения ставки дисконтирования являются метод оценки средневзвешенной стоимости капитала (WACC), метод оценки доходности капитальных активов (CAPM), а также метод кумулятивного построения.

При определении ставки дисконтирования **методом средневзвешенной стоимости капитала** стоимость капитала определяется как средневзвешенная величина стоимости следующих составляющих: собственный капитал в виде обыкновенных акций и накопленной прибыли за счет деятельности предприятия; суммы средств, привлеченных за счет продажи привилегированных акций; заемный капитал в виде долгосрочного банковского кредита и выпуска облигаций. Существует большое количество подходов при расчете ставки

дисконтирования при помощи данного метода с учетом различных факторов. Основной формулой является следующая:

$$WACC = \sum r_i \frac{V_i}{V}, \quad (1)$$

где: r_i — стоимость i -го источника капитала;

V_i/V — доля i -го источника в общем привлеченном капитале.

Также можно отметить формулы расчета WACC с учетом налогового щита, для предприятий государственной формы собственности и предприятий, ценные бумаги которых не котируются на фондовом рынке, а также с учетом риска при реализации проекта. Многие исследователи данной проблемы выделяют существующие недостатки при расчете ставки дисконтирования с помощью данного метода:

1. Расчет ставки дисконтирования при помощи данного метода возможен только на действующих предприятиях;

2. С учетом процесса экономического развития предприятия необходимо помнить, что структура капитала изменчива, поэтому WACC постоянно изменяется;

3. Проблематичность определения рыночной стоимости капитала для многих предприятий, в то время как балансовая стоимость капитала не всегда может отразить реальную стоимость предприятия.

Метод оценки доходности активов основан на теоретической модели, разработанной американским экономистом У. Шарпом для принятия инвестиционных решений в условиях альтернативного выбора с учетом риска и доходности финансовых активов. Многими экономистами отмечается, что данная «модель наиболее эффективна в условиях стабильной рыночной экономики при наличии достаточно большого числа данных, характеризующих прибыльность работы предприятия» [1, с. 231]. В соответ-

ствии с подходом Шарпа требуемая норма доходности инвестиций определяется выражением

$$r = r_f + (r_m - r_f) \beta, \quad (2)$$

где: r_f — доходность безрисковых активов;

r_m — среднерыночная норма прибыли (средняя доходность всех обращающихся на рынке ценных бумаг);

β — коэффициент (измеритель) систематического риска вложений.

Для стран бывшего СНГ использование модели CAPM зачастую не представляется возможным вследствие ограниченного числа корпоративных ценных бумаг, котируемых на фондовом рынке и отсутствия представительной статистической базы за длительный период времени.

Третий подход к определению ставки дисконта основан на **методе кумулятивных построений**. Согласно этому подходу в качестве основы дисконта берется доходность безрисковых вложений, затем к этой величине добавляются оценки (выраженные в процентах) всех видов рисков, ассоциируемых с данным проектом, а также процент, соответствующий уровню инфляции:

$$r = r_f + r_i + \Delta r, \quad (3)$$

где: r_f — доходность безрисковых активов;

r_i — уровень инфляции;

Δr — страховая премия за риски, оказывающие влияние на доходность проекта.

Многие авторы считают, что метод кумулятивного построения ставки дисконта является наиболее подходящим в условиях таких стран, как Россия и Беларусь, так как он позволяет произвести выбор ставки дисконтирования

в зависимости от конкретных характеристик инвестиционного объекта и целей оценки.

Кроме вышеперечисленных трех основных подходов в определении ставки дисконтирования существуют еще дополнительные подходы, которые делают расчеты более сложными и громоздкими.

Рассмотрим ставки дисконтирования, применяемые и рекомендуемые к использованию на практике. Нами будут рассмотрены позиции, представленные в различных методических рекомендациях по оценке эффективности инвестиционных проектов, по определению и расчету ставки дисконтирования.

В «Пособии по оценке инвестиционных проектов» (Manual for Evaluation of Industrial Projects), разработанном ЮНИДО еще в 1986 году, есть следующие рекомендации по выбору ставки дисконтирования для оценки эффективности инвестиционного проекта: «Ставка дисконтирования должна быть основана на фактической процентной ставке на рынке капитала, чтобы отразить временное предпочтение и альтернативную стоимость возможных альтернативных вложений инвестированного капитала. Если инвестиции финансируются долгосрочными займами, фактическая процентная ставка, уплачиваемая по кредиту должна быть принята в качестве ставки дисконтирования. Если для финансирования проекта нет необходимости в займах, процентная ставка, взимаемая центральным банком по долгосрочным займам должна быть принята в качестве ставки дисконтирования» [5, с. 43].

То есть предлагается не усложненный расчет ставки дисконтирования, а либо фактическая процентная ставка по кредиту (при условии, что для финансирования инвестиционного проекта используются кредитные средства), либо процентная ставка центрального банка.

В «Руководстве по анализу выгодности затрат инвестиционных проектов» (Guide to Cost Benefit Analysis of Investment Projects) (далее — Руководство), составленным европейскими профессорами, научными консультантами, экспертами в области оценки проектов, научными сотрудниками для стран-

участниц Европейского Союза, вводится понятие «финансовой ставки дисконтирования», которая отображает возможную стоимость капитала, и определяется как «ожидаемая доходность, упущенная из-за вложения денежных средств в данный капитал, а не в другую потенциально возможную инвестиционную деятельность» [4, с. 37]. Как отмечается самими авторами данного Руководства, существует достаточно большое количество теоретических и практических способов расчета ставки дисконтирования, используемой при финансовом анализе инвестиционных проектов. Первый подход оценивает фактическую (средневзвешенную) стоимость капитала. Критерием для общественных проектов может быть реальный доход по облигациям государственного займа или процентная ставка по коммерческим кредитам (если проект собирается привлечь частные капитал), или средневзвешенное двух показателей. Этот подход очень прост, но он может быть обманчивым: самый лучший альтернативный проект может получить прибыль намного большую, чем фактическая процентная ставка на государственные и частные займы. Второй подход устанавливает максимально предельную величину для ставок дисконтирования, так как считается, что доход упущен от лучшей альтернативы инвестиций. Третий подход состоит в определении пороговой ставки как планового показателя. Это значит использование простого приблизительного подсчета, например, специальные процентные ставки или ставка доходности хорошо зарекомендовавшего себя эмитента ценных бумаг в широко используемой валюте, а затем применение к ней мультипликатора.

Однако авторами предлагается использовать эталонную ставку. На планируемый период с 2007 по 2013 года Европейская комиссия рекомендует использовать реальную процентную ставку, которая составит 5 %, которая и будет считаться ориентировочным коэффициентом для альтернативной стоимости капитала в долгосрочном периоде. Стоимости, отличающиеся от 5 %-го эталона могут, тем не менее, быть обоснованы на почве специфических макроэкономических условий государства-члена

Евросоюза, природой (происхождением) инвестора и рассматриваемого сектора экономики. Чтобы обеспечить устойчивость из числа ставок дисконтирования, используемых для схожих проектов в одном регионе либо стране, Комиссия поддерживает страны-участники Евросоюза в установлении их эталонов для финансовой ставки дисконтирования в инструкциях и затем применять их в соответствии с принятием проекта на национальном уровне.

Также в данном Руководстве отмечается, что реальная финансовая ставка дисконтирования подразумевает собой тот факт, что анализ должен быть проведен в постоянных ценах. Если же в финансовом анализе использованы текущие цены, номинальная ставка дисконтирования, включающая в себя инфляцию, должна быть использована.

В Методических рекомендациях по оценке эффективности инвестиционных проектов (далее — Рекомендации), разработанных российскими экономистами и учеными под ставкой дисконтирования понимают «экзогенно задаваемый основной экономической норматив, используемый при оценке эффективности инвестиционных проектов. В общем случае она отражает доходность альтернативных и доступных для субъекта направлений инвестирования и темп падения ценности денег на рассматриваемом шаге».

Есть в данных Рекомендациях и схожесть в определении ставки дисконтирования с европейским Руководством: «Если не учитывать факторов неопределенности и риска, то под ставкой дисконта следует понимать максимальную доходность альтернативных и доступных для инвестора направлений вложений» [2, с. 90].

В Рекомендациях также отмечается необходимость расчета денежных потоков в неизменных или дефлированных ценах для принятия реальной (очищенной от влияния инфляции) ставки дисконтирования. Авторы не исключают возможность использования различных ставок дисконта для разных шагов расчетного периода — так называемая переменная ставка дисконта.

В Рекомендациях предлагается несколько вариантов определения ставки дисконтирования: «...ставка дисконта выбирается самим участником инвестиционного проекта, а при отсутствии четких предпочтений должна быть не менее:

- реальной ставки доступного для участника депозита;
- реальной ожидаемой доходности обращающихся на открытом рынке финансовых инструментов (акций, облигаций и др.);
- реальной ожидаемой доходности тиражируемых реальных инвестиционных проектов;

В случае, если на данном шаге участник проекта должен погашать полученный ранее (для целей, связанных с данным проектом) долгосрочный кредит или иные финансовые обязательства — реальной процентной ставки по этим обязательствам» [2, с. 90].

В Беларуси в 2005 году Министерством экономики утверждено Постановление № 158 «Об утверждении Правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов» (далее — Правила). В данных Правилах представлена следующая формула расчета нормы дисконта:

$$D_{\text{ср}} = \frac{P_{\text{ск}} \times \text{СК} + P_{\text{зк}} \times \text{ЗК}}{100} \quad (4)$$

где: $P_{\text{ск}}$ — процентная ставка на собственные средства;

СК — доля собственных средств в общем объеме инвестиционных затрат;

$P_{\text{зк}}$ — процентная ставка по кредиту;

ЗК — доля кредита в общем объеме инвестиционных затрат [3].

Как можно заметить, данная формула отражает основную формулу расчета ставки дисконтирования методом средневзвешенной стоимости капитала.

В Правилах также разрешено принятие ставки дисконтирования «на уровне фактической ставки процента по долгосрочным валютным кредитам банка при проведении расчетов в свободноконвертируемой валюте» [3]. Второй вариант определения ставки дисконтирования более приближен

к методическим указаниям, рассмотренным выше — то есть использование ставки по привлеченному кредиту для определения ставки дисконтирования. Данный метод является наиболее приемлемым — ведь для финансирования проекта используются в основном кредитные средства, которые привлекаются на определенный срок под определенный процент. Однако не следует забывать, что при определении процентной ставки учитывался не только риск, но и инфляционные ожидания, и, следовательно, необходимо использовать в расчетах текущие, а не постоянные цены.

Таким образом, проанализировав имеющиеся подходы, можно сделать следующие выводы. Экономисты-теоретики считают очень важным правильное определение ставки дисконтирования вследствие ее влияния на основные показатели эффективности инвестиционного проекта. В связи с этим ими вырабатываются основные подходы к ее расчету и определению на основе деятельности предприятия, текущей ситуации в стране и так далее. Данные методы являются достаточно сложными и имеют большое количество недостатков и условий их применения. Поэтому зачастую экономистами-практиками предлагается использование уже готовых процентных ставок для определения ставки дисконтирования. Например, если инвестиционный проект планируется финансировать за счет привлечения кредитных ресурсов, то в качестве ставки дисконтирования будет выступать процентная ставка по кредитам. Если же инвестиционный проект будет финансироваться за счет собственных средств, то определение ставки дисконтирования основывается на определении процентной ставки в альтернативные источники вложения денежных средств (наиболее привлекательные ставки по депозитам, доходность по акциям и облигациям). В Руководстве, разработанном в Европейском Союзе предлагается использование минимальной ставки дисконтирования в 5 %, и ее увеличение в зависимости от страны-участницы, макроэкономических условий и субъекта хозяйствования.

Список литературы:

1. Инвестиционная деятельность: учебное пособие / Н.В. Киселева, Т.В. Боровикова, Г.В. Захарова и др.; под ред. Г.П. Подшиваленко и Н.В. Киселевой. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2006. — 432 с.
2. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов, 3-я редакция, исправленная и дополненная / В.В. Коссов, В.Н. Лившиц, А.Г. Шахназаров. — М.: Экономика, 2008. — 235 с.
3. Об утверждении Правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов: Постановление Министерства экономики Республики Беларусь, 31 августа 2005 г. № 158 (в ред. от 29.02.2012 № 15) — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3961&p0=W20513184> (дата обращения 05.02.2013).
4. Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects . — Directorate General Regional Policy, 2008. — 259 p.
5. Manual for Evaluation of Industrial Projects. — United Nations Industrial Development Organization, Vienna, 1986 — 151 p.

АВТОМАТИЗАЦИЯ РАСЧЕТОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИЙ

Иванькова Снежанна Леонидовна

*студент БОУ ОО СПО «Торгово-экономический колледж им. Г.Д. Зуйковой»,
г. Омск*

Пузанова Евгения Сергеевна

*научный руководитель, преподаватель экономических дисциплин, председатель
ПЦК «Экономика и управление» БОУ ОО СПО «Торгово-экономический
колледж им. Г.Д. Зуйковой», г. Омск*

Шерман Инна Рувимовна

*научный руководитель, преподаватель математики, БОУ ОО СПО
«Торгово-экономический колледж им. Г.Д. Зуйковой», г. Омск*

Человек является объектом материального мира. Кроме объектов в данном мире существуют процессы и их взаимосвязи. Результат взаимосвязи процессов можно воспринимать как информационный обмен между живой и неживой природой.

Информационный обмен осуществляется в виде информационных процессов. Свойство отдельных этапов информационного процесса обходится без объектов живой природы и ныне широко используется в информационных технологиях. Оно лежит в основе функционирования автоматических систем обработки информации.

Научно-технические достижения XX века показали возможность автоматизации работ с данными за счет использования устройств не механического, а электронного типа. Это позволило повысить их надежность и производительность.

Информатизация постепенно становится стержнем, основой и технологическим фундаментом цивилизации. Поэтому сегодня возрастает роль информационных процессов в жизни общества. Так как информация превратилась в стратегический ресурс, который при потреблении не убывает, а возрастает. Информационная революция вбирает в себя все новые и новые сферы человеческих интересов. Компьютер стал своего рода эпицентром, ядром «информационной революции». Компьютер, компьютерные сети и их программное обеспечение являются фундаментом современных информационных технологий. Сегодня компьютер и помощник в нашем бизнесе и источник свежих новостей — Интернет, и средство мобильной связи.

- Последнее десятилетие характеризуется не только радикальным изменением социально-экономической среды, в которой функционируют российские предприятия и организации всех форм собственности, но и устойчивой тенденцией развития информатизации процессов управления.

- Необходимость действовать в условиях рыночной экономики, все обостряющейся конкуренции товаропроизводителей обуславливает повышенные требования к профессиональным качествам специалистов, ответственности руководителей за результаты и последствия принимаемых решений. Чрезвычайно актуальными становятся учет временного фактора и организация анализа материальных, товарных, финансовых потоков, поиск

обоснованных решений в регулировании производственно-хозяйственных и финансовых ситуаций.

- Информационная система совокупность информации, экономико-математических методов и моделей, технических, программных, других технологических средств, предназначенная для обработки информации и принятия управленческих решений.

Цель данной работы — исследовать процесс автоматизации расчетов эффективности бизнес-процессов предприятия.

Объект исследования данной работы — корреляционный анализ факторов производительности и заработной платы работников ООО ЛВЗ «ОША».

Актуальность данной работы заключается в том, что успешное развитие современного бизнеса немыслимо без активного применения новейших информационных технологий. Информационные технологии позволяют существенно сократить время на проведение операций, действий по обеспечению деятельности предприятия, что позволяет сократить расходы и как следствие увеличить прибыль предприятия.

На сегодняшний день любая дисциплина, преподаваемая в учебном заведении должна отражать взаимосвязь с любой сферой деятельности человека и с будущей профессией.

Поэтому формирования системы знаний в области теории и практики применения информационных бизнес-технологий в сфере управления и экономики в объеме, необходимом для принятия решений о целесообразности и обоснованности их внедрения в конкретных условиях деятельности предприятия, объединив знания учебных дисциплин по высшей математике, статистических методов обработки информации, экономики отрасли, программного обеспечения автоматизированных информационных систем совместно с преподавателями этих дисциплин и студентами 4 курса специальности «Автоматизированные системы обработки информации и управления» был разработан и осуществлен проект «Автоматизация расчетов

влияния факторов на эффективность бизнес-процессов предприятия». Проект состоит из следующих частей:

I часть — исследовательская, включает в себя:

- а. изучение данных о социально-экономических явлениях и процессах жизни общества;
- б. выявление факторов, влияющих на размер и изменение социально-экономических явлений и процессов;

II часть — практическая, включает в себя:

- а. определения средней величины по каждому фактору;
- б. построения уравнения регрессии;
- в. определения параметров уравнения регрессии;
- г. определения видов дисперсий;
- д. определения среднего квадратичного отклонения;
- е. определения тесноты связи между факторами с помощью линейного коэффициента корреляции;
- ж. определения коэффициента эластичности;
- з. определения индекса корреляции;

III часть — аналитическая, включает в себя:

- а. изображение на графике теоретических уровней и параметров уравнения регрессии;
- б. формирование выводов на основе исчисленных показателей;

IV часть — прикладная, включает в себя:

- а. создание программы, позволяющей в дальнейшем по сложившемуся алгоритму рассчитывать различные данные и показатели бизнес-процессов и характеризовать их взаимосвязь. В дальнейшем эту программу может использовать как преподаватель учебной дисциплины для практических занятий, так и любое предприятие сможет воспользоваться ей в своей деятельности.

Данный проект представляет собой конкретный пример применения процессного подхода в деятельности организации для реализации совокупности

бизнес-процессов. Бизнес-процесс — это причинно-обусловленное течение событий, смена явлений, состояния объекта в соответствии с намеченной целью или результатом. Результаты бизнес-процессов как следствие планируются и прогнозируются на будущее в соответствующих показателях, учитываются по мере фактического формирования и затем анализируются. Но результаты как следствия процессов являются не предметом анализа финансово-хозяйственной деятельности, а объектами. Предметом же экономического анализа являются причины образования и изменения результатов хозяйственной деятельности. Познание причинно-следственных связей в хозяйственной деятельности предприятий позволяет раскрыть сущность экономических явлений и на этой основе дать правильную оценку достигнутым результатам, выявить резервы повышения эффективности производства, обосновать планы и управленческие решения. И каждый бизнес-процесс представляет собой устойчивую, целенаправленную совокупность взаимосвязанных последовательных операций, в рамках которой на его «входе» используется определенный набор ресурсов, а на «выходе» создается продукт, представляющий ценность для потребителя (как для преподавателя дисциплины, так и для предпринимателя), что и наблюдается в данном проекте.

Принятие решений для предпринимателей — выбор лучшего варианта действий, определение конкретных практических шагов. Решения принимаются тогда, когда есть выбор. Выбор обеспечивает набор альтернатив действий, подготовленных в процессе прогнозирования развития организации и ее продукции в виде товаров и/или услуг. Важные решения принимаются только на основе понимания организационной стратегии компании, которая создает ориентиры для принятия согласованных решений по частным вопросам. Выбор лучшего варианта осуществляется на основе: ожидаемых выгод; минимизации возможных потерь; возможности развития намечающихся успехов; минимизации ожидаемых негативных последствий; вероятностной оценки успеха; оценок «за» и «против»; идей функционально-стоимостного анализа и др.

Но для применения любого метода необходима достаточно полная и содержательная информация в нескольких областях: о продуктах, услугах и технологических процессах; сферах применения продукта; методах сбыта и технике продаж; рынках; конкурентах; тенденциях изменений в деловой среде страны и состоянии международных рынков и т. д.

Схема управления бизнес-процессом любого экономического объекта может быть выражена следующим образом:

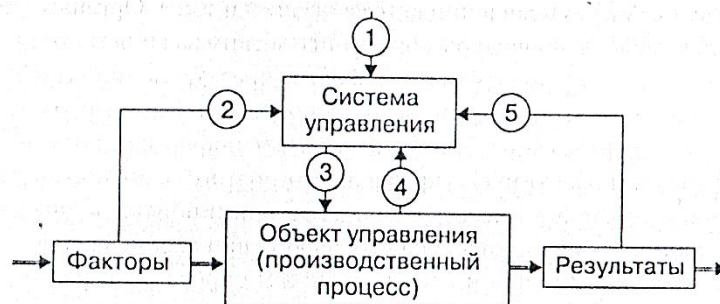


Рисунок 1. Обобщенная схема управления бизнес-процессом

Поэтому следует отметить, что эффективность организации производственных процессов зависит от многочисленных, разнообразных и взаимосвязанных факторов, количественное выражение которых можно установить на основе качественного анализа — корреляции или количественного анализа — регрессии.

Изучение явлений природы невозможно без анализа.

Сам термин «анализ» происходит от греческого слова “analisis”, что в переводе означает «разделяю», «расчленяю». Следовательно, анализ в узком плане представляет собой расчленение явления или предмета на составные его части (элементы) для изучения их как частей целого. Такое расчленение позволяет заглянуть вовнутрь исследуемого предмета, явления, процесса, понять его внутреннюю сущность, определить роль каждого элемента в изучаемом предмете или явлении.

Корреляционная статистическая зависимость характеризует неполную связь между признаками, которая проявляется при достаточно большом числе наблюдений. Изучение связи методом корреляции используется в случае, когда нельзя идентифицировать посторонние факторы, потому что эти факторы либо не известны, либо их невозможно изолировать.

При сложном взаимодействии посторонних влияний применение метода корреляции позволяет выяснить зависимость между результативным показателем и учтенными факторами, если прочие факторы не изменялись или своим изменением не исказили характер зависимости.

Корреляционные связи различают по количеству признаков — однофакторные (простая факторная корреляция) и многофакторные (множественная корреляция); по направленности — прямые и обратные; по аналитическому выражению (форме) — линейные и криволинейные.

При проведении корреляционного анализа необходимо отобрать наиболее существенные признаки, установить между ними причинно-следственные связи, определить форму связи и выбрать математическое уравнение для отражения существующих взаимосвязей, рассчитать числовые характеристики корреляционной связи, установить статистическую оценку показателей регрессии и тесноты связи.

Для установления характера взаимосвязи между признаками кроме аналитической группировки можно применить графический метод, который дает возможность найти форму связи и построить уравнения парной зависимости: прямой линии, параболы второго порядка.

Параметры уравнений определяют путем решения системы нормальных уравнений, полученных на основе метода наименьших квадратов. Наряду с построением и решением уравнений связи определяется степень тесноты этой связи при помощи коэффициента линейной корреляции, корреляционного отношения.

Для реализации проекта «Автоматизация расчетов влияния факторов на эффективность бизнес-процессов предприятия» были исследованы бизнес-процессы предприятия ООО ЛВЗ «ОША» г. Омска.

Для анализа эффективности деятельности предприятия ООО ЛВЗ «ОША» был проведен корреляционный анализ таких факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятия ООО ЛВЗ «ОША», как — производительность труда работников предприятия и заработная плата работников предприятия. Анализ влияния данных факторов на деятельность предприятия был необходим для принятия решений в области кадровой политики предприятия (поиск путей увеличения производительности труда, выработка решений по мотивации и стимулирования труда работников предприятия и т. д.).

Так как корреляционный анализ влияния факторов на эффективность деятельности предприятия предполагал использование большого количества формул и объемы расчетов по этим формулам были трудоемки, то есть требовали для решения больших затрат времени нами было принято решение о создании программы автоматизации данных расчетов.

Цель создания данной программы — автоматизировать трудоемкие расчеты показателей деятельности предприятия.

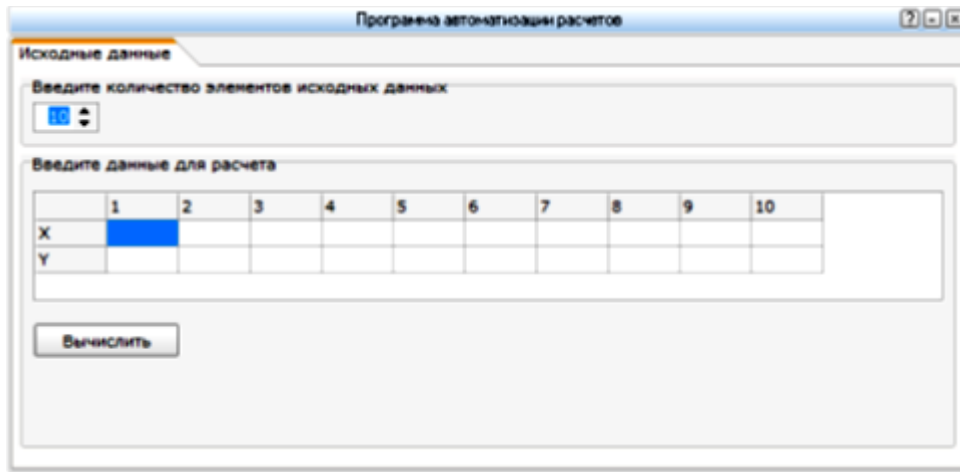
Задачи создания данной программы:

1. применить полученные знания по дисциплинам, изученным во время учебного процесса, а именно — высшей математики, статистической обработки информации, экономики отрасли и программного обеспечения автоматизированных информационных систем, на практике;

2. сократить затраты времени на обработку и анализ информации о показателях эффективности деятельности предприятия.

Этапы корреляционного анализа влияния производительности и заработной платы работников предприятия ООО ЛВЗ «ОША» с применением бизнес-технологий:

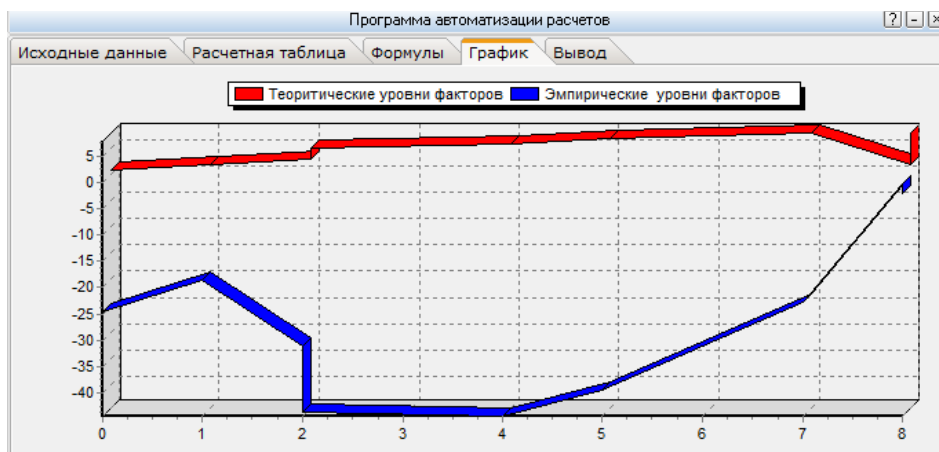
1. Ввели данные в стартовое окно программы:



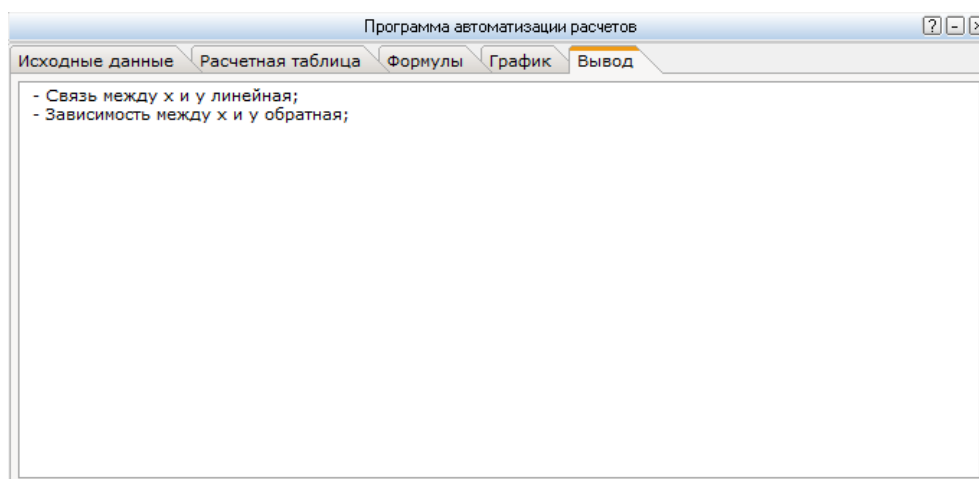
2. Провели вычисление полученных данных:

№ п/п	X	Y	X * Y	X во 2	Y во 2	(X - срX)	(Y - срY)	(Yj - Yx)	Yx
1	1	2	2	1	4	16,901234	13,444444	3,890410	-18,49315
2	2	3	6	4	9	9,679012	7,111111	4,890410	-12,61643
3	2	5	10	4	25	9,679012	0,444444	6,890410	-12,61643
4	4	6	24	16	36	1,234567	0,111111	7,890410	-0,863013
5	5	7	35	25	49	0,012345	1,777777	8,890410	5,013698
6	7	8	56	49	64	3,567901	5,444444	9,890410	16,76712
7	8	2	16	64	4	8,345679	13,444444	3,890410	22,64383
8	0	1	0	0	1	26,12345	21,777777	2,890410	-24,36986
9	8	8	64	64	64	8,345679	5,444444	9,890410	22,64383
Итого	46	51	213	227	256	83,88888	69	59,01369	-1,890410

3. Получили результаты расчетов:



4. Сделали выводы:



5. Сформировали мероприятия для повышения эффективности деятельности предприятия ООО ЛВЗ «ОША».

Результатами создания и применения данной программы можно считать:

1. создание данной программы позволило студентам на практике применить полученные знания;

2. данная программа может быть предложена руководству ООО ЛВЗ «ОША» для внедрения на предприятии;

3. применение данной программы позволит сократить время на обработку информации, что приведет к повышению эффективности деятельности предприятия;

4. данная программа может быть предложена для использования преподавателям экономических дисциплин при выполнении практических заданий по дисциплинам.

Существенная роль информационных технологий в развитии общества состоит в ускорении процессов получения, распространения и использования обществом новых знаний. Повышая качество интеллектуальных ресурсов общества, информационные технологии повышают качество жизни.

Список литературы:

1. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебное пособие / Л.П. Владимировна. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005. — 400 с.
2. Конюховский П.В., Экономическая информатика: учебник / П.В. Конюховский, Д.Н. Колесов. — СПб: Питер, 2001. — 560 с.
3. Карминский А.М., Информатизация бизнеса / А.М. Карминский, П.В. Нестеров. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 416 с.
4. Козырев А.А. Информационные технологии в экономике и управлении: учебник / А.А. Козырев. — СПб: Издательство Михайлова В.А., 2000. — 360 с.

РОЛЬ И МЕСТО ГОСКОРПОРАЦИЙ В СИСТЕМЕ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Чекардина Елизавета Юрьевна

*студент Харьковского национального педагогического университета
имени Г.С. Сковороды, г. Харьков*

Гуцан Татьяна Григорьевна

*научный руководитель, доцент Харьковского национального педагогического
университета имени Г.С. Сковороды, г. Харьков*

В современном мире доминирующим типом хозяйствования является смешанная экономика как совмещение движущей силы конкуренции и нерыночных механизмов размещения ресурсов. В такой экономической системе все большее значение принимает деятельность государственного сектора.

В традиционном смысле под государственным сектором понимают совокупность государственных предприятий и организаций, которые находятся под руководством государственных властей, владеющих ими частично или полностью [3, с. 7—9].

В ряде научных публикаций часто встречается расширенная трактовка понятия государственного сектора, в систему которого включают не только субъекты государственной собственности, но и структуры законодательной

и исполнительной власти, а также систему финансов, которые обеспечивают управление, регулирование и материальное обеспечение функционирования национальной экономики. Также, учитывая современные условия развития системы общественных отношений, в структуру государственного сектора вводят информационные ресурсы как своеобразный объект собственности. Его роль в повышении эффективности экономической политики страны постепенно возрастает в современной эпохе [1, с. 120].

Итак, несмотря на видимое преобладание рыночных механизмов в современной экономике, государственный сектор выполняет такие важные функции, как обеспечение нормативно-правовых основ функционирования экономических субъектов, содействие достижению социально-экономической стабильности и высокой эффективности функционирования национальной экономики, регулирование внешних эффектов, стимулирование развития научно-технического прогресса, обеспечение национальной безопасности страны и, что очень важно, создание и развитие социально-экономических программ и планов развития национальной экономики.

В структуре государственного сектора выделяется корпоративный сектор, который определяет основу рыночной экономики в современном мире, а также ее конкурентоспособность. Корпоративный сектор представляет собой совокупность корпораций, предприятий акционерной формы собственности, которые могут объединять по вертикали или по горизонтали относительно самостоятельные производства, филиалы и предприятия.

Экономический строй многих индустриально развитых стран характеризуется доминированием корпоративного сектора. Например, во Франции, где традиционно в экономике занимал большую долю государственный сектор, широкого развития приобрела форма публичных корпораций и смешанных акционерных обществ, а также холдингов с комбинированным участием частного и государственного капитала [9]. В США институт государственных корпораций (независимых агентств) играет существенную роль в организации и стимулировании развития целых отраслей экономики [7, с. 68]. Таким образом,

в современных условиях корпоративный сектор оказывает значительное влияние на политику всего государства. Такое утверждение целесообразно применить для определения роли крупных корпораций и их объединений, объемы производства которых можно сравнивать с мощностью целого государства.

В системе корпоративного сектора функционируют корпоративные структуры, или корпорации. В научных трудах зарубежных и отечественных ученых встречаются различные трактовки понятия корпорации. Авторы самого известного экономического учебника К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю определяют корпорацию как юридическое лицо, которое может покупать ресурсы, владеть определенными активами, производить и продавать свою продукцию, брать в долг, давать кредиты, предъявлять судебный иск и выступать ответчиком, а также выполнять те функции, которыми наделены деловые предприятия любого другого типа; управление большинства таких корпораций осуществляют наемные менеджеры [10, с. 89]. Российский экономист Г.Б. Клейнер обозначил корпорацию как одну из наиболее распространенных форм организации крупного производства, основанную на совместном участии ее членов в деятельности этой организации и на ограниченной ответственности участников по долгам корпорации. Как форма организации предпринимательской деятельности, корпорация предусматривает долевую собственность, юридический статус и сосредоточение функций управления в руках верхнего эшелона профессиональных управляющих-менеджеров, работающих по найму [8]. Что касается взглядов представителей мировой научной мысли на значение корпоративного сектора в экономической системе, американский экономист Дж. Гэлбрейт утверждал, что корпорация — это единственно возможная в современных условиях форма организации производства, которая отвечает условиям процесса современной трансформации развитой рыночной системы хозяйствования в индустриальном обществе [5, с. 18—22].

Таким образом, на основе анализа данных трактовок этого понятия, корпорацию можно определить как организацию, которая признана

юридическим лицом, основана на объединении капиталов (добровольных взносах), предусматривает долевое участие и осуществляет любую социально-полезную деятельность, а также характеризуется значительной концентрацией управленческих функций на высшем уровне иерархической структуры.

Кроме коммерческой формы организации корпоративных структур, существует форма государственных корпораций, которые являются собственностью государства [11]. Российская нормативно-правовая база четко определяет понятие государственной корпорации в статье 7.1 Федерального закона «О некоммерческих организациях»: «Государственной корпорацией признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная Российской Федерацией на основе имущественного взноса и созданная для осуществления социальных, управленческих или иных общественно полезных функций [12].

Что касается нормативно-правового обеспечения деятельности государственных корпораций в Украине, законодательная база в данном направлении является недостаточно развитой. При основании той или иной государственной корпорации Кабинет Министров Украины издает Постановление о ее создании и Устав, где определены цели и предмет деятельности корпорации, юридический статус и участники, а также основные направления функционирования. Украинскую нормативно-правовую базу обеспечения государственных корпораций необходимо развивать для преодоления тех противоречий, которые сложились на данном этапе развития. Целесообразно издать такой нормативно-правовой акт, который бы, прежде всего, дал четкое и детализированное определение украинской государственной корпорации с учетом специфических особенностей экономической системы этой страны, чтобы в дальнейшем уточнить место государственных корпораций Украины в реализации социально-экономической политики страны. Тем не менее, что касается научных разработок, украинские ученые К.М. Владимиров, А.Ф. Рогальский, Н.Г. Чуйко и другие дали свою трактовку государственной корпорации, под которой понимают корпорацию,

которая находится в государственной собственности и управлении, основана для администрирования определенных государственных программ [4, с. 378—379].

Таким образом, применив синергетическое сопоставление приведенных трактовок, можно определить государственную корпорацию как объединение юридических лиц, наделенное властными полномочиями, основанное государством в распорядительном порядке на основании акта уполномоченного государственного органа в целях осуществления управленческих функций общегосударственного характера и занятия предпринимательской деятельностью.

Государственные корпорации являются специфическим субъектом экономической системы, наделенным особыми возможностями хозяйственной деятельности, которые проявляются в их различных функциях. Чтобы достичь оптимального результата своей деятельности, государственные корпорации обладают соответствующими правами, обязанностями и полномочиями, которые отличают их от остальных экономических субъектов и играют немаловажную роль в их функционировании.

Итак, функции государственных корпораций условно делят на три группы:

1. функции, которые связаны с формированием и использованием их имущества;
2. организационно-координирующие функции (без властных полномочий);
3. распорядительные, регулирующие и контрольные (основанные на властных полномочиях) [2, с. 101].

В этих функциях проявляется роль государственных корпораций в экономической системе государства как мощного инструмента повышения уровня экономического развития страны и стимулирования ее конкурентоспособности на мировом рынке. Как отмечают представители власти, создание государственной корпорации — это наиболее оптимальный в сложившихся

условиях вариант консолидации отрасли, восстановления государственного контроля и управляемости в наиболее критических областях [6].

Также стоит отметить немаловажную роль, которую играют государственные корпорации в развитии информационно-технологического потенциала государства. Ресурсы, которые концентрированы в рамках государственных корпораций, позволяют не только достигать новых вершин в собственных разработках, но и осваивать зарубежные технологии. При постепенном вовлечении целых технологических цепочек улучшается общая ситуация с поставками материалов и комплектующих на отечественные предприятия, что значительно ускоряет и качественно совершенствует сам процесс производства. Также, использование прав на интеллектуальную собственность государством как одного из инструментов, обеспечивающих экономическую интеграцию, предусматривает четкую регламентацию этих прав именно в государственные корпорации.

Таким образом, в условиях преобладания рыночного типа экономических систем, государственные корпорации являются тем координирующим субъектом, представителем государственного сектора, который способен контролировать стратегически важные отрасли экономики страны и обеспечить межотраслевое перераспределение ресурсов и тем самым создать мощный потенциал для структурной модернизации экономики.

Список литературы:

1. Асаул А.Н. Роль государства в смешанной системе хозяйствования / А.Н. Асаул // Регион: политика, экономика, социология. — 2006. № 1—2.
2. Банковское право России: учебник / А.Я. Курбатов. — М.: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009. — 561 с.
3. Бахтина Т.Н. Государственный сектор и государственные финансы: теоретические основы. Теоретичні проблеми формування нової стратегії розвитку національної економіки / Т.Н. Бахтина // БІЗНЕСИНФОРМ № 11(1). — 2009.
4. Владимиров К.М. Місцеві фінанси: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. За спец. «Фінанси». — К.М. Владимиров, Н.Г. Чуйко, О.Ф. Рогальський. — Херсон: Олді-плюс, 2009. — 352 с.

5. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество: Пер. с англ. / Дж. Гэлбрейт. — М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Транзиткнига»; СПб.: Terra Fantastica, 2004. — 602 с.
6. Емельяненко А. «Росатом» во втором прочтении / А. Емельяненко // Российская газета, 9.11.2007. — № 251 (4514).
7. Іващенко О.М. Адміністративно-правове регулювання корпоративних прав держави : дис. ... канд. юр. наук : 12.00.07 / Іващенко Ольга Миколаївна. — Київ, 2008. — 189 с.
8. Клейнер Г.Б. Развитие теории экономических систем и ее применение в корпоративном и стратегическом управлении — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.kleiner.ru/arpab/terekonomsist.html>.
9. Концептуальные основы управления государственной собственностью — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.jourclub.ru/26/620/2>
10. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. — Экономикс: принципы, проблемы и политика. Пер. с 14-го англ. изд. — М.: ИНФРА-М, 2003. — XXXVI, 972 с.
11. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 495 с. — (Б-ка словарей «ИНФРА-М»).
12. Федеральный закон «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 № 7-ФЗ».

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ

ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Материалы I студенческой международной заочной
научно-практической конференции

13 марта 2013 г.

В авторской редакции

Издательство «Международный Центр Науки и Образования»
27106, г. Москва, Гостиничный проезд, д. 6, корп. 2, офис 213

E-mail: mail@nauchforum.ru

ISBN 978-5-00021-015-4



9 785000 210154