ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «АКАДЕМИЯ ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ»

СОВРЕМЕННЫЕ НАУКОЕМКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

№10, 2013
Часть 2

Электронная версия
http://www.rae.ru/snt
12 выпусков в год
Импакт фактор РИНЦ (2011)= 0,170

Журнал основан в 2003 г.
ISSN 1812–7320

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР *М.Ю. Ледванов*
ЗАМ. ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА *Н.Ю. Стукова*
Ответственный секретарь *М.Н. Бизенкова*

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

д.т.н., профессор Антонов Александр Владимирович Обнинск
д.т.н., профессор Беляев Владимир Львович Санкт-Петербург
д.ф.-м.н., профессор Бичурин Мирза Имамович Великий Новгород
д.т.н., профессор Гилёв Анатолий Владимирович Красноярск
д.т.н., профессор Грызлов Владимир Сергеевич Череповец
д.т.н., профессор Захарченко Владимир Дмитриевич Волгоград
д.т.н., профессор Корячкина Светлана Яковлевна Орел
д.т.н., профессор Крупенин Виталий Львович Москва
д.т.н., профессор Литвинова Елена Викторовна Орел
д.т.н., профессор Нестеров Валерий Леонидович Екатеринбург
д.т.н., профессор Пен Роберт Зусьевич Красноярск
д.т.н., профессор Петров Михаил Николаевич Красноярск
д.т.н., профессор Попов Федор Алексеевич Бийск
д.т.н., профессор Пындак Виктор Иванович Волгоград
д.т.н., профессор Салихов Мухаммет Габдулхаевич Йошкар-Ола
д.т.н., профессор Важенин Александр Николаевич Нижний Новгород
д.т.н., профессор Арютов Борис Александрович Нижний Новгород
д.т.н., профессор Гоц Александр Николаевич Владимир
к.ф.-м.н. Капитонова Тамара Афанасьевна Якутск

В журнале представлены материалы:

V Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум 2013»

Секции

- Экономические науки
- Технические науки
- Педагогические науки

Учредитель – **Академия Естествознания**
123557, Москва,
ул. Пресненский вал, 28
Свидетельство о регистрации **ПИ № 77-15597**
ISSN 1812–7320

АДРЕС РЕДАКЦИИ
440026, г. Пенза,
ул. Лермонтова, 3
Тел. редакции (8452) 53–41–16
Факс (8452) 47–76–77
E-mail: edition@rae.ru

Подписано в печать 19.07.2013

Формат 60x90 1/8
Типография
ИД «Академия Естествознания»
440000, г. Пенза,
ул. Лермонтова, 3

Технический редактор
Нестерова С.Г.

Усл. печ. л. 16,5
Тираж 1000 экз. Заказ СНТ 2013/10
Подписной индекс 70062

© ИД «Академия Естествознания»

СОДЕРЖАНИЕ

V Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум 2013»

Экономические науки

РАЗВИТИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ
Борщенко А.С., Капустенко И.С. 188

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ
Варфоломеева А.С., Капустенко И.С. 189

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ И ОЗДОРОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ ПУТЕМ КОНВЕРСИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ВПК
Василенко К.В., Капустенко И.С. 189

КОУЧИНГ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ
Коноплёва Г.И., Борщенко А.С. 190

МОТИВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ
Коноплёва Г.И., Борщенко А.С. 191

Секция «Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении», научный руководитель – Тюшняков В.Н.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
Авдеева А.С. 192

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ФЕДЕРАЛЬНОЙ МИГРАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ
Андриенко Р.В. 192

КОРПОРАТИВНЫЙ ПОДХОД К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ
Берибердин М.А. 193

ТИРАЖИРУЕМЫЕ МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ
Васильева М.В. 194

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ МЕЖВЕДОМСТВЕННОГО ЭЛЕКТРОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
Воробьева М.В., Тюшняков В.Н. 194

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ УПРАВЛЕНИЯ ГОРОДСКИМ КАДАСТРОМ
Ершова М.С. 195

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ
Заика А.О. 195

МОНИТОРИНГ И РЕЙТИНГОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ ФЕДЕРАЛЬНЫХ, РЕГИОНАЛЬНЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ САЙТОВ
Мартакова К.А. 195

ЭЛЕКТРОННАЯ ДЕМОКРАТИЯ. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
Мартакова К.А., Михайлюк Ю.С, Чаушьян Н.А. 196

МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ
Михайлюк Ю.С. 196

ПРИНЦИПЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ
Саак А.А. 197

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В ОРГАНЫ ВЛАСТИ И УПРАВЛЕНИЯ
Тюшняков В.Н., Мартакова К.А. 198

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ
Тюшняков В.Н., Чаушьян Н.А. 198

СИСТЕМА ПРИОРИТЕТОВ ФОРМИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА
Филатова А.И. 199

ТЕХНОЛОГИИ ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИЙ В МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ
Чаушьян Н.А. 200

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОРГАНОВ ВЛАСТИ, БИЗНЕСА И ГРАЖДАН В СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА
Чумакова М.Н. 200

Секция «Концептуальное представление и практическая апробация инновационных информационно-аналитических методик и технологий в сфере экономики», научный руководитель – Парушина Н.В.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ИНВЕСТИЦИЙ В R&D И ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОМПАНИИ
Петрова В.А., Шадрина Э.И. 201

Секция «Методы оптимизации и математическое моделирование в экономике», научный руководитель – Севастьянова С.А.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ТРАНСПОРТНОГО ПРОЦЕССА
Болтова Я.С. 203

ОПТИМИЗАЦИЯ ОБЪЕМОВ ПЕРЕРАБОТКИ ПРОДУКЦИИ В ООО «БРАТЕЦ КРОЛИК»
Дорофеева Е.А., Любарская А.В. 206

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И МАТЕМАТИКА
Жидкова И.С., Латыпов Р.М., Чанышев Р.Э. 208

ПРИМЕНЕНИЕ БАЛАНСОВЫХ МОДЕЛЕЙ В МАРКЕТИНГЕ. МЕЖОТРАСЛЕВЫЕ МОДЕЛИ В СИСТЕМЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ
Закирова Р.С. 209

АНАЛИЗ ОПТИМАЛЬНОГО РЕШЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ НА УСТОЙЧИВОСТЬ
Карпов А.А. 211

ПРОЦЕССЫ ИНТЕГРАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ
Короткова К.В. 212

ЛИНЕЙНЫЕ МОДЕЛИ ОБМЕНА
Никитина Е.К. 213

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ООО «МОЗАИКА»
Попова В.А., Зенченко М.С. 214

ОБОСНОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ИНВЕСТИРОВАНИЮ НА ОСНОВЕ СТАТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ОПРЕДЕЛЕННОСТИ
Сальникова О.М. 215

ЛИКВИДНЫЕ ВЛОЖЕНИЯ
Самир Э.Ш. 217

МОДЕЛЬ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ ПУНКТОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ
Севастьянова С.А., Фомина О.В. 218

МОДЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА
Торхов А.П. 218

Секция «Организация бухгалтерского учета и отчетности в сфере АПК», научный руководитель – Слеппнева Т.Н.

ОТМЕНА ТРУДОВОЙ КНИЖКИ
Баркевич М.М., Харчева И.В. 219

Секция «Проблемы анализа и прогнозирования финансового состояния предприятий», научный руководитель – Безрукова Т.Л.

ОЦЕНКА ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ МЕБЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ
Белый Ю.А., Безрукова Т.Л. 221

Секция «Проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса России в условиях членства в ВТО », научный руководитель – Постникова Л.В.

ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРИ ЧЛЕНСТВЕ РОССИИ В ВТО
Постникова Д.Д. 223

Секция «Проблемы учетно-аналитического обеспечения воспроизводственных процессов и формирования финансовой отчетности на основе МСФО в сфере АПК», научный руководитель – Хоружий Л.И.

НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ В РСБУ И МСФО
Митрофанова А.Ю., Якимец О.В. 225

Секция «Разработка маркетингового механизма управления», научный руководитель – Бусарина Ю.В.

РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В МИРОВОЙ И РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ
Сибиряткина И.В., Ерохина Я.Ю. 226

Секция «Реклама и PR», научный руководитель – Чистякова А.А.

КОРПОРАТИВНАЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ, ПРИУРОЧЕННАЯ К ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЯМ
Арбузова А.А., Ошуркова С.И., Ширгазина А.Э., Краснова Т.В. 227

СОЦИАЛЬНАЯ ВИДЕОРЕКЛАМА, ФОРМИРУЮЩАЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ЭТИКЕТ У ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ
Артемова А.О., Краснова Т.В. 228

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ОБРАЗА ПРОФЕССИЙ НА УРОКАХ ТЕХНОЛОГИИ
Будакова А.В., Краснова Т.В. 230

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ РЕКЛАМЫ
Голубкова Г.П., Чистякова А.А. 231

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ: ТИПЫ И ОСОБЕННОСТИ
Гузев С.А., Комиссарова М.Н. 232

РОЛЬ СИСТЕМНОГО ДИЗАЙНА В ПРОЕКТИРОВАНИИ МОЛОДЕЖНЫХ ДВИЖЕНИЙ
Каралюк О.С., Чабанова Д.А., Жукова М.А., Краснова Т.В. 233

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА «ВЫБОР ТИПА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ И КАНАЛОВ ЕЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ»
Рейдер Т.С., Чистякова А.А. 234

ПРОЕКТ «РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА ФАСАДА РЕСТОРАНА БЫСТРОГО ПИТАНИЯ»
Самородов Г.К., Чистякова А.А. 239

ПОВЫШЕНИЕ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ О БРЕНДЕ СРЕДСТВАМИ МЕДИАМИКСА
Тажикеева А.Д., Комиссарова М.Н. 241

КОНЦЕПЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЭФФЕКТИВНОЕ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ – СТРАТЕГИЯ УСПЕХА»
Терентьева В.В., Чистякова А.А., Шашкова Л.М. 242

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА, НАПРАВЛЕННАЯ НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ К ПРОБЛЕМЕ ДЕТЕЙ-СИРОТ
Терентьева Е.В., Корнева Е.Н., Краснова Т.В. 242

МИФОТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ
Ширгазина А.Э., Чистякова А.А. 243

Секция «Современное состояние и прогнозирование основных тенденций развития международного и внутреннего туристских рынков и их отдельных сегментов», научный руководитель – Якименко М.В.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ
Альмухамедова О.А., Виленская М.С. 245

СТРУКТУРА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА
Альмухамедова О.А., Чубко Ю.В. 245

ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ
Гребенькова Я.В. 246

РИСКИ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА ОТ ВХОЖДЕНИЯ РОССИИ ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ
Жертовская Е.В., Виленская М.С. 247

ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ Г. ТАГАНРОГА)
Жертовская Е.В., Султанова А.А. 247

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
Карастелкина Н.А., Бадерина А.А. 249

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ
Крюкова О.П. 249

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА
Матёкина С.В. 250

ПРОЦЕСС ИССЛЕДОВАНИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА КАК СЛОЖНОЙ СИСТЕМЫ
Миланко И.С. 250

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ МИРОВЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ НА РОССИЙСКИЙ ТУРИЗМ
Султанова А.А. 250

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ КВАЛИМЕТРИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИЯ ОБЪЕКТОВ ТУРИНДУСТРИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Тузова Н.Г. 251

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ
Шалова А.О. 251

Секция «Современные проблемы экономического развития предприятий», научный руководитель – Павлова Е.А.

ОБОСНОВАНИЕ ВЫВОДА НА РЫНОК ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА
Пантелеев А.В., Нурдинов Р.А., Павлова Е.А. 252

Секция «Управление финансами предприятий (учреждений)», научный руководитель – Фазрахманов И.И.

МЕТОДЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Александров А.В., Ахметова Ю.А., Бакаев В.В., Трофимова А.А. 255

РОЛЬ НАКОПИТЕЛЬНОЙ ЧАСТИ ПЕНСИИ В ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЕ
Смаков И.Ф. 256

Секция «Экономика и управление на предприятиях лесопромышленного комплекса: состояние, проблемы и перспективы развития», научный руководитель – Ляпунова А.Н.

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ЛЕСОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС РФ
Бударина О.С., Минакова К.С. 257

НЕСТАНДАРТНЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА (НА ПРИМЕРЕ ООО «МАКС-МАСТЕР»)
Головкина А.В. 258

УЧАСТНИКИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА И ФОРМЫ ИХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
Карро И.И., Анпилогова М.Е. 258

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ
Карро И.И., Бардина Д. 259
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В ИННОВАЦИОННО-КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ
Карро И.И., Дарьина Ю. 261
СТРОИТЕЛЬНАЯ ОТРАСЛЬ: ПОСТКРИЗИСНОЕ РАЗВИТИЕ – ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ
Карро И.И., Пашкова О. 262
ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В РОССИИ
Карро И.И., Попова А.А. 263
УЧАСТНИКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ФОРМЫ ИХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
Карро И.И., Солодкова О.В. 264
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
Карро И.И., Сорокина О., Леонова Е. 265
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ
Карро И.И., Хаустов Ю.С. 266
ОСОБЕННОСТИ МЕБЕЛЬНОГО РЫНКА В РОССИИ КАК РЫНКА ТОВАРОВ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ
Лысенко М.В., Калинина Ю.В. 266
МЕСТО ХОЛДИНГОВЫХ КОМПАНИЙ В ЛПК РОССИИ
Лысенко М.В., Ковешникова Н.С. 269
ХАРАКТЕРИСТИКА И ПРЕИМУЩЕСТВА ХОЛДИНГОВОЙ КОМПАНИИ НА МЕБЕЛЬНОМ РЫНКЕ
Лысенко М.В., Носова О.С. 269
ПОНЯТИЕ КАРЬЕРЫ И КАРЬЕРНОГО РОСТА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ
Лялина Е.Е. 270
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ
Ляпунова А.Н., Благой А.Н., Гамидова С.Х. 271
ВНУТРИПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА МЕБЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ
Ляпунова А.Н., Гончар А.С., Гамидова С.Х. 272
ПРОБЛЕМЫ СУЩЕСТВОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛПК РОССИИ
Ляпунова А.Н., Коренюгина В.В. 273
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ
Ляпунова А.Н., Мыздрикова А.Ю., Расторгуева О.В. 273
РОЛЬ ПЛАНИРОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ
Ляпунова А.Н., Николаев В.В. 274
КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ НА МЕБЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ
Ляпунова А.Н., Огаркова А.В. 276
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛПК РОССИИ
Ляпунова А.Н., Удовенко Н.А. 277

Секция «Экономико-математическое моделирование», научный руководитель – Рогачев А.Ф.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ СТУДЕНТОВ СТАРШИХ КУРСОВ УНИВЕРСИТЕТА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО НАПРАВЛЕНИЯ
Титова В.А., Плещенко Т.В. 278

Секция «Экономическое развитие лесного комплекса», научный руководитель – Зиновьева И.С.

ЛЕСНОЙ КОМПЛЕКС РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ВАРИАНТЫ РАЗВИТИЯ
Белый Ю.А., Зиновьева И.С. 279
РАЗВИТИЕ РЫНКА ЛЕСОБУМАЖНОЙ ПРОДУКЦИИ
Власова М.С., Зиновьева И.С. 280
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЛЕСНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Волкова Ю.В., Зиновьева И.С. 281
КЛАСТЕРНАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА В ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ
Волкова С.В., Зиновьева И.С. 282
ПРОБЛЕМА НАРУШЕНИЯ ТАМОЖЕННЫХ ПРАВИЛ ПРИ ЭКСПОРТЕ ЛЕСОМАТЕРИАЛОВ ИЗ РОССИИ
Головешкина Е.Г., Зиновьева И.С. 283
ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РФ СОВРЕМЕННОЙ ТЕХНИКОЙ
Дегтерева А.М., Бащев М.С., Зиновьева И.С. 285
«ПРОБЕЛЫ» В ЛЕСНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ОХРАНЫ ЛЕСОВ ОТ ПОЖАРОВ
Жданова О.В., Зиновьева И.С. 285
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НЕЗАКОННОГО ЛЕСОПОЛЬЗОВАНИЯ В РФ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ
Жданова Ю.В., Зиновьева И.С. 287
ЛЕСНОЙ КОМПЛЕКС КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ
Животягина Н.А., Зиновьева И.С. 288
НЕЗАКОННЫЙ ОБОРОТ ДРЕВЕСИНЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Жукова А.С., Зиновьева И.С. 289
ЛИЗИНГ В ЛЕСНОМ КОМПЛЕКСЕ

Кобзева Н.Г., Зиновьева И.С. *290*

РАЗВИТИЕ ЛЕСНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ
Концелидзе Н.А., Зиновьева И.С. *291*

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИОРИТЕТНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ОБЛАСТИ ОСВОЕНИЯ ЛЕСОВ
Майорова Н.В., Зиновьева И.С. *292*

МОДЕЛИ ВОСПРОИЗВОДСТВА ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ И ИХ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА
Мамадалиев Д.Д., Зиновьев И.С. *293*

АКТИВИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Медведева Е.Ю., Зиновьева И.С. *295*

ЛЕСОВОССТАНОВЛЕНИЕ НА ТЕРРИТОРИИ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ
Осауленко Л.А., Зиновьева И.С. *296*

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЛЕСНОМ КОМПЛЕКСЕ
Сидоренко Е.В., Зиновьева И.С. *297*

КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА
Сумченко А.В., Зиновьева И.С. *298*

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Щекунских Ю.Б., Зиновьева И.С. *298*

Технические науки

Секция «Техносферная безопасность»,
научный руководитель – Евстигнеева Н.А.

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДИК РАСЧЕТА ВЫБРОСОВ ЗАГРЯЗНЯЮЩИХ ВЕЩЕСТВ АВТОТРАНСПОРТОМ
Ефремова Е.А., Григорьева Т.Ю. *299*

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ «LIGHT-IN-NIGHT ROAD» ДЛЯ РАСЧЕТА ОСВЕЩЕННОСТИ НА УЧАСТКЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ДОРОГИ ЩЕРБИНКА М2 – КРЫМ
Ефремова Е.А., Григорьева Т.Ю. *300*

Педагогические науки

Секция «Психолого-педагогические вопросы обеспечения социальной безопасности детей и молодежи»,
научный руководитель – Кисляков П.А.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА «ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ» ДЛЯ УЧАЩИХСЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ
Коликова С.В., Кисляков П.А. *300*

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ *301*
ИНФОРМАЦИЯ ОБ АКАДЕМИИ *310*

V Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум 2013»

Экономические науки

РАЗВИТИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Борщенко А.С., Капустенко И.С.
ФГБОУ ПВО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет», Комсомольск-на-Амуре, e-mail: ktopp@knastu.ru

Современный этап экономического развития России, связанный с рыночной моделью хозяйствования, существенно меняет основополагающие принципы и содержание кадровой политики. Кадровая политика – целенаправленная деятельность по созданию трудового коллектива, который наилучшим образом способствовал бы совмещению целей и приоритетов предприятия и его работников. Кадровая политика – стратегическая линия поведения в работе с персоналом.

Общие требования к кадровой политике в современных условиях сводятся к следующим основным моментам:

Во-первых, кадровая политика должна быть тесно связана со стратегией развития (или выживания) предприятия.

Во-вторых, она должна быть достаточно гибкой. Указанное предполагает, что она должна быть, с одной стороны, стабильной, поскольку именно со стабильностью связаны определенные ожидания персонала, а с другой – динамичной, то есть своевременно корректироваться в соответствии с изменением тактики предприятия, производственной и экономической ситуации, конъюнктуры рынка труда.

В-третьих, кадровая политика должна быть экономически обоснованной, то есть исходить из реальных финансовых возможностей.

В-четвертых, она должна обеспечивать индивидуальный подход к своим работникам.

Таким образом, кадровая политика в новых условиях направлена на формирование такой системы работы с кадрами, которая ориентировалась на получение не только экономического, но и социального эффекта при условии соблюдения действующего законодательства, нормативных актов и правительственных решений.

Рациональная организация процесса кадрового планирования, согласованность и увязка последовательно подготавливаемых плановых материалов, обеспечение единства планового процесса при разработке кадровой политики. Важным методологическим вопросом при разработке прогнозов, программ, основных направлений, планов развития кадров является обеспечение выполнения следующих требований:

• совместимость структурных элементов (направлений, разделов, подразделов) этих документов;

• применение в них «сквозных» показателей, характеризующих эффективность кадровой политики на всех стадиях;

• преемственность в разработке мероприятий по реализации целей и задач кадровой политики, предусмотренных в последовательно разрабатываемых документах.

Для составления кадровой политики необходимо проанализировать существующую систему плановых показателей развития кадров, выявить их соответствие системе социальных и экономических законов и изменяющимся условиям развития производства и общества, наметить пути их оптимизации. **Упорядочение нормативной базы** разработки кадровой политики предполагает приведение ее в соответствие с требованиями, включающими в себя обеспечение возможности расчетов плановых показателей развития кадров на всех стадиях:

• обеспечение прогрессивности нормативных документов на основе максимального отражения в них современных методов организации управления кадрами;

• обеспечение методического единства при разработке нормативов для различных уровней государственного, отраслевого и территориального планирования и продолжительности планового периода;

• систематическое обновление нормативов с учетом новейших достижений отечественного и зарубежного кадрового менеджмента, прогрессивных изменений в научной организации управления персоналом; обеспечение автоматизации сбора, накопления и обновления норм и нормативов.

Целевая задача кадровой политики может быть решена по-разному, и выбор альтернативных вариантов достаточно широк:

• увольнять работников или сохранять; если сохранять, то каким путем лучше переводить на сокращенные формы занятости, использовать на несвойственных работах, на других объектах, направлять на длительную переподготовку и т. п.;

• подготавливать работников самим или искать тех, кто уже имеет необходимую подготовку;

• набирать со стороны или переучивать работников, подлежащих высвобождению с предприятия;

• набирать дополнительно рабочих или обойтись имеющейся численностью при условии более рационального ее использования и т. п.

В разработке кадровой политики можно условно выделить **три основных этапа.**

Первый этап. На этом этапе обосновывают цель развития кадрового потенциала предприятия и формируют состав структурных звеньев, обеспечивающих достижение этой цели. Кадровая политика должна реализовывать конечную цель, состоящую в наиболее полном удовлетворении общественных потребностей в формировании, подготовке и использовании квалифицированных кадров. Для определения конечной цели кадровой политики можно использовать способ структуризации целей.

Обеспечение научных исследований в области кадровой политики.

Материально-техническое обеспечение системы управления.

Обеспечение эффективной эксплуатации фонда учебных заведений и выпуска учеников, рабочих и специалистов.

Обеспечение эффективного управления человеческими ресурсами.

Второй этап. Этот этап охватывает разработку методических рекомендаций по составлению целевых программ развития комплексов по управлению человеческими ресурсами. Программа развития рассмотренного кадрового комплекса может включать в себя следующие разделы.

Структура комплекса.

Основные показатели оценки и планирования деятельности комплекса и его структурных звеньев.

Анализ исходного уровня развития кадрового комплекса.

Разработка прогноза развития кадрового комплекса.

Количественное определение цели развития кадрового комплекса на планируемый период.

Определение структурной части разработки кадровой политики.

Обоснование ресурсной части кадровой политики.

Третий этап. На этом этапе выбирают оптимальный вариант кадровой программы с учетом исходных предпосылок.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ

Варфоломеева А.С., Капустенко И.С.

ФГБОУ ПВО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет», Комсомольск-на-Амуре, e-mail: irina_kapustenko@mail.ru

Проблемы инновационного развития Дальневосточного федерального округа непосредственно связаны с состоянием его инновационного потенциала, то есть совокупности научно-технических, производственно-технологических, финансовых, кадровых, организационных, информационных и других ресурсов региона, которые могут быть использованы для развития инновационной деятельности. Сегодня Дальний Восток обладает развитым (количественно и качественно) промышленно-производственным и технико-внедренческим комплексом оборудования, технологиями и высококвалифицированными кадрами, имеющими навыки работы в сфере высоких технологий, что позволяет на практике осуществлять производство продукции с высокой долей интеллектуальной ренты. Несмотря на позитивные изменения, основными проблемами инновационного развития малых и крупных предприятий является недостаточность финансовых средств, высокая арендная плата и нехватка высококвалифицированного персонала, способного освоить и продуктивно работать на современном оборудовании. В настоящее время в развитии Дальнего Востока наблюдается разобщенность производственной и научной сфер, снижается востребованность разработок ученых на предприятиях. Финансовая составляющая инновационного потенциала Дальнего Востока представлена сетью коммерческих банков, лизинговыми компаниями, Государственным фондом поддержки малого предпринимательства.

Несмотря на рост основных финансово-экономических показателей банков, потребности экономики региона в их услугах пока удовлетворяются не в полной мере. Это обусловлено как рядом проблем и недостатков в деятельности самих банков (качество систем управления и внутреннего контроля, капитала, учета и отчетности), так и внешними условиями развития банковского сектора, прежде всего сохраняющимся высоким уровнем рисков банковской деятельности. Наиболее существенным недостатком деятельности организаций является отсутствие единой базы инновационно-активных предприятий, а также банка данных об инновационных разработках и проектах. На развитие инновационной сферы негативным образом влияет отсутствие системы координации взаимодействий между всеми элементами инновационного потенциала Дальневосточного региона.

В целом, несмотря на ряд положительных тенденций в инновационной деятельности Дальнего Востока, препятствиями развития его инновационного потенциала являются:

– разобщенность науки и производства;

– отсутствие на большинстве промышленных предприятий системной работы по непрерывному освоению новых, современных образцов продукции и технологий;

– дефицит производственной базы для создания опытных образцов продукции, недостаток площадей, на которых предприятия могли бы продемонстрировать свои изобретения потенциальным покупателям;

– низкий уровень поддержки инновационно-активных малых предприятий;

– отсутствие высококвалифицированных менеджеров, способных работать в сфере инноваций;

– недостаток финансирования инновационной деятельности, средств на развитие научно-инновационной деятельности, обновление ее материально-технической базы;

– слабая информационная поддержка инновационной деятельности;

– отсутствие комплекса инновационной инфраструктуры, элементы которой находятся только на этапе становления.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ И ОЗДОРОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ ПУТЕМ КОНВЕРСИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ВПК

Василенко К.В., Капустенко И.С.

ФГБОУ ПВО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет», Комсомольск-на-Амуре, e-mail: irina_kapustenko@mail.ru

Анализ экономики России показывает, что объем продукции выпускаемой ВПК (военно-промышленный комплекс) привальирует над выпуском отечественной продукции социально-бытового назначения. Это приводит к застою в развитии экономики, к низкому уровню жизни населения, социальной напряженности на рынке труда, политической нестабильности. Возникла острая необходимость в конверсии производства предприятий ВПК (в 2007 году объём реализации ВПК России составил $18,6 млрд, из них $11,6 млрд приходилось на государственный заказ, $7 млрд — на экспорт, в оборонной промышленности России работают около 2,5 — 3 млн человек). Поэтому в настоящее время сложились самые благоприятные условия для разоружения мира.

Многие фирмы, стараясь удержаться в военном бизнесе, проводят диверсификацию производства с целью расширения производства гражданской продукции. Особое внимание во всем мире сейчас привлекает конверсия.

Полная конверсия предприятий ВПК предполагает перевод военного производства на выпуск гражданской продукции. Выпуск военной продукции полностью прекращается. Частичная конверсия сводиться к сокращению оборонного государственного заказа и расширению производства продукции двойного назначения.

Конверсия является многоплановым и сложным процессом, в котором выделяют два основных направления: конверсию вооруженных сил и конверсию военного производства. Она захватывает самые широкие сферы общественной жизни: политическую, экономическую, социальную, общеобразовательную, культурную, потребительскую и другие.

По своему содержанию конверсия – это постепенное изменение пропорций распределения всех видов ресурсов между военной и гражданской сферами экономики.

Новшества, вносимые конверсией, могут иметь различную степень радикальности: от смены каналов распределения продукции до коренного изменения технической специализации. Наиболее типичными являются стратегия изменения структуры ассортимента продукции и стратегия изменения технологической специализации.

Масштабы и перспективы конверсии зависят от мощи ВПК, технологического потенциала, накопленного в ВПК и степени зависимости предприятий ВПК от военных заказов.

Первая конверсия была произведена после окончания Великой Отечественной войны (1945-1947 гг.), вторая – вначале 60-х гг.

В декабре 1990 г. была утверждена первая Государственная программа конверсии, разрабатывались конкретные программы на уровне отдельных предприятий.

Однако распад СССР в 1991 г. не дал возможности для осуществления каких-либо эффективных практических мероприятий в данной сфере. Конечно, предпринимались отдельные шаги: в 1992 г. был принят закон о конверсии; в декабре 1995 г. была утверждена федеральная целевая программа конверсии оборонной промышленности на 1995-1997 гг., создавались и другие программы, были попытки наладить российско-американское сотрудничество в области конверсии. Вместо сложной и трудоемкой, но зато хозяйственно-оздоровляющей конверсии происходило более простое, легкое и дешевое уничтожение производственного, технологического и квалификационного ядра ВПК.

В первые пять лет (1991–1996 гг.) военное производство сократилось до одной пятой уровня 1991 года. При этом сокращалось и гражданское производство в ВПК – оно составило 40 % в 1996 году от уровня 1991-го года. Процесс остановился на прекращении военного производства, это означало, что вместо конверсии шло прекращение военного производства и разрушения ВПК. Согласно статистическим данным ВПК потерял более половины своих кадров, к тому же наиболее динамичных и молодых.

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод. Слово «конверсия» активно использовалось при руководстве М.С. Горбачёва в качестве наименования оздоровления экономики. Конверсия подразумевала переналадку военно-промышленного производства на выпуск мирной продукции. Но, на деле конверсия обернулась тем, что военные предприятия, сконцентрировавшие огромные ресурсы научного и технического потенциала, переходили на выпуск кастрюль, либо просто были остановлены и разграблены, не выдержав конкуренцию более дешёвых экспортных товаров. Конверсия повлекла за собой ослабление военно-промышленного комплекса, ослабление армии, отставание от ведущих западных государств, увеличение безработицы и потерю Россией выгодных мировых рынков сбыта оружия.

КОУЧИНГ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ

Коноплёва Г.И., Борщенко А.С.

ФГБОУ ПВО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет», Комсомольск-на-Амуре, e-mail: ktopp@knastu.ru

В современной быстро меняющейся рыночной среде организации могут добиться успеха только в том случае, если им удается поднять методы своей работы на качественно высокий уровень. Организации вынуждены работать гибко, создавая новые системы отношений со своими сотрудниками.

В связи с этим возрастают требования предъявляемые к персоналу: повышение компетентности, совершенствование профессиональных навыков обучающихся. Все эти вопросы рассматривает коучинг. По определению Т.Голви, коучинг означает раскрытие потенциала личности для максимизации собственной производительности и эффективности труда. К главным задачам коучинга следует отнести: разрешение проблемных ситуаций, принятие конечного решения, стимулирование самообучения, раскрытие потенциала, повышение мотивации. Инструментом коучинга являются вопросы помогающие человеку разобраться в себе, в ситуации. Если кратко охарактеризовать сферы применения коучинга, то можно сказать, что личный коучинг помогает – определять цели и шаги их достижения, уметь находить новые пути эффективного сотрудничества, согласовывать индивидуальные цели с целями организации, открывать новые возможности, получать удовлетворение от своей деятельности.

Процесс коучинга можно представить моделью, включающей 4 стадии:

1. Анализ ситуации и сбор необходимой информации. Коучинг начинается тогда, когда обучающий сам приходит к осознанию потребности в улучшении профессиональной деятельности, изменения поведения. На этой стадии необходимо сформировать стандарты и описание профессиональной компетенции, т.е. на что именно будет направлено обучение.

2. Планирование системы ответственности. На этой стадии необходимо составить план личного развития, позволяющий дать ответы на ключевые вопросы:

– что именно необходимо достигнуть;

– как и когда это будет происходить;

– когда этот процесс начнется и когда завершится.

Для того чтобы процесс коучинга был эффективным, необходимо сконцентрировать внимание на одной цели, которую необходимо достичь в определенные сроки.

3. Реализация плана с использованием стилей, техники и навыков. При реализации программы обучения должны применятся стили соответствующие данной ситуации.

4. Оценка результативности – это анализ и соответствующие выводы по плану личного развития. К ключевым вопросам на этой стадии следует отнести:

– достигнуты ли цели развития

– был ли план личного развития рентабельным.

– нужен ли новый план для дальнейшего усовершенствования профессиональных навыков. Известно, что в литературе выделяют следующие виды коучинга: индивидуальный, групповой, управленческий, коучинг для отдельно взятого проекта. В таблице представлены отдельные виды коучинга.

Коучинг имеет ряд преимуществ, к которым следует отнести: улучшение производительности, повышение эффективности обучения персонала, высокая гибкость и адаптивность к изменениям, быстрота принятия верного решения в критических ситуациях.

Виды коучинга и применяемые методы

Вид коучинга	Метод обучения
Индивидуальный	Направлен на приобретение опыта. Систематическое планирование обучения. Основу планирования составляет индивидуальный план профессионального обучения, в котором изложены цели обучения.
Групповой	Метод обучения руководящих кадров, основанный на решении конкретных задач из производственной практики. Моделирование организационной проблемы, которую должны решить участники группы. Данный метод позволяет соединить теоретические знание и практические навыки, предусматривает обработку информации, конструктивно- критическое мышление, развитие творчества в процессах принятия решения Использование деловых игр дает возможность обладателям ролей вырабатывать альтернативные точки зрения.
Управленческий	Ориентирует сотрудников на повышение эффективности работы и развития организации. Активный метод обучения (семинары, конференции). Позволяет участвовать в дискуссиях, вырабатывает способы поведения в различных ситуациях.
Для отдельно взятого проекта	Специалисты разрабатывают конкретные решения по проблемам управления организации. Разработанные в группах предложения передаются руководству организации, которые рассматриваются.
Системный	Аналогичен групповому, но проводимый с лицами, между которыми существуют системные связи (коучинг организационного развития, корпоративный) с целью учесть интересы организации в целом и иметь свою специфику на каждой иерархической ступеньке.

Конечный результат менеджмента методом коучинга можно сформулировать так: достигается связь персональных целей и целей организации. Работники начинают понимать, что они достигают своих целей в организации, начинают жить в ней, работать ради организации. Современное управление в стили коучинга – это новый взгляд на персонал организации, где каждый сотрудник является творческой личностью, способный самостоятельно решать задачи, проявлять инициативу, делать выбор, брать на себя ответственность и принимать решения.

МОТИВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Коноплёва Г.И., Борщенко А.С.

ФГБОУ ПВО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет», Комсомольск-на-Амуре, e-mail: ktopp@knastu.ru

Важнейшей задачей кадровых служб является формирование мотивационного механизма, который побуждает сотрудников к эффективному труду. В основе данного механизма необходимо учитывать соблюдение ряда принципов: увязка целей организации с целями работников, их значимость; простота, понятность, справедливость; наличие необходимых условий реализации, возможность корректировки, направленность и как на поддержку нового, так и на его принятие, рациональность, взаимосвязанность элементов при их обособленности. Мотивационная модель управления персоналом направлена на эффективное использование трудового потенциала, на мобилизацию их физических и умственных способностей к труду. И это очевидно, поскольку наглядно видна прямая зависимость конечного результата деятельности организации от интеллектуального и квалификационного потенциала персонала. Основой построения мотивационной модели являются потребности. Потребность человека характеризует его конкретную нужду, принявшую специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида. Потребность эта та сила, которая заставляет людей действовать. Субъективным выражением этого побуждения к деятельности является – мотив. Мотив – это внутренний стимул. Внешний стимул проявляется через стимулирование и представляет собой систему мер в рамках распределительного механизма. Стимулами выступают любые блага, получение которых предполагают трудовую деятельность. Внутренние и внешние мотивы представляют собой комплексную систему мотивации труда. Данную систему мотивации необходимо рассмотреть через ключевые показатели, а именно по оценке результативности персонала и по оценке компетенции (соответствие требованиям).

Согласно определению: оценка – это процесс определения эффективности деятельности сотрудника для реализации целей организации. Оценка включает в себя: результаты деятельности, особенности поведения, выполнение должностных обязанностей, уровень компетентности, личные способности. Все изложенное выше представляет собой комплексную оценку. Результаты деятельности персонала оценивают по прямым, или так называемым количественным показателям. К ним относят: прибыль, выполнение плановых заданий по объему и номенклатуре, динамика производительности труда, динамика объема производства, снижение издержек производства. В отличие от прямых показателей результаты деятельности оцениваются и по косвенным показателям, которые характеризуют деятельность работников по критериям, соответствующим «идеальным» представлениям о том, как следует выполнять должностные обязанности и функции, составляющие основу данной должности, и о том какие качества должны быть проявлены в связи с этим. К личным способностям персонала следует отнести уровень образования, объем знаний, качества, влияющие на выполнение определенной профессиональной роли, мотивационные факторы. К факторам, повышающим мотивацию прежде всего относим: возможность продвижения по службе, оплата труда по результатам, одобрение выполняемой работы, значимость работы, степень ответственности, работу, требующую творческого подхода. Уровень компетенции персонала можно оценить по личностным тестам, тестам на профпригодность, общим тестам способностей, интервью. Целью тестов на профпригодность является оценка психофизиологических качеств сотрудника, умений выполнять определенную деятельность. Общие тесты способностей используют для оценки общего уровня развития, отдельных особенностей мышления, внимания и других высших психических функций. Личностные тесты – это психодиагностические тесты на оценку уровня развития отдельных личностных качеств или же они оценивают предрасположенность человека

к определенному типу поведения и потенциальные возможности. Целью интервью является сбор информации об опыте, уровне знаний, оценка профессиональных важных качеств претендента. Все выше изложенное позволяет нам представить комплексную оценку сотрудника в виде формулы:

$$К_{ос} = ОК \cdot В_{ес}\ ОК + ОР \cdot В_{ес}\ ОР;$$

ОК – оценка по компетенциям; ОР – оценка результатов деятельности; вес ОК – вес оценки по компетенциям; вес ОР – вес оценки результатов. Оценка результатов деятельности показывает, насколько продуктивно выполнена данная работа. Продуктивность работы – потребность · мотив · стимул. В заключении хотелось бы сказать, что в основе механизма мотивации персонала необходимо учитывать степень внутренней мотивации, формируемой содержанием и значимостью выполняемой работы и степень внешней экономической мотивации, определяемой стимулирующим эффектом системы оплаты труда.

Секция «Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении», научный руководитель – Тюшняков В.Н., канд. экон. наук, доцент

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Авдеева А.С.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: avdeevaanutic@rambler.ru

Информационное обеспечение управления земельными ресурсами играет основную роль в государственной информационной политике, так как представляет собой систему сбора, обработки и представления информации, необходимой для принятия управленческих решений по использованию земельных ресурсов на всех административно-территориальных уровнях [4, 6]. Система информационного обеспечения управления земельными ресурсами должна: сформировать единое информационное пространство; обеспечить информационную поддержку рынка недвижимости; создать базу для налогообложения; поддержать инвестиционные проекты; быть основой различных геоинформационных систем, в том числе для управления развитием территории [3, 5].

Основная функция современной земельной информационной системы (ЗИС) – формирование информационной основы управления земельными ресурсами любого уровня, обеспечение процессов принятия эффективных управленческих решений достоверной информацией с необходимой степенью детализации [2].

Оптимизация функций ЗИС осуществляется при помощи развития и совершенствования соответствующих средств (программных, аппаратных, нормативно-правовых, организационных). К этим средствам относятся программные комплексы, средства вычислительной техники и передачи информации, инструкции и методические руководства, положения и уставы, схемы и их описания [1].

Основными задачами создания и ведения земельной информационной системы являются [7]: предоставление юридически обоснованных и достоверных данных о правах на земельные участки и недвижимость для органов управления, судов, банков, юридических и физических лиц; обеспечение защиты прав собственников, владельцев и пользователей земли и недвижимости; обеспечение установления и регистрации правового режима пользования земельными участками, зданиями и помещениями; информационное обеспечение сбора земельного налога и налога на недвижимость; пополнение бюджета за счет пошлин и сборов с земельных сделок и операций с недвижимостью; информационная и правовая поддержка функционирования рынка земли и недвижимости; установление ставок земельного налога и нормативов платежей; учет количества и качества земли, создание банка данных о наличии и состоянии земельных ресурсов; информационное обеспечение и поддержка программ по рациональному использованию земельных ресурсов, оптимальному планированию развития территорий; создание условий для установления территорий с особым правовым режимом (природоохранным, заповедным, рекреационным); учет технической информации о зданиях и сооружениях, расположенных на территории городов и других муниципальных образований; информационная поддержка разграничения полномочий по управлению землями между управленческими структурами Российской Федерации, ее субъектов и муниципальных образований.

Основными задачами организационного обеспечения земельных информационных систем являются [1, 4]: формирование специализированных подразделений по информатизации, обеспечивающих единую техническую политику, проводящих оперативную работу; координация деятельности структур органов управления по информатизации с отраслевыми и ведомственными структурами аналогичного профиля; разработка типовой схемы создания комплексной информационно- вычислительной системы.

Список литературы

1. Варламов А.А. Земельный кадастр. Управление земельными ресурсами. – М.: КолосС, 2004.

2. Дубровский А.В. Земельно-информационные системы в кадастре. – Новосибирск: СГГА, 2010.

3. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Применение технологий электронного правительства в системе государственного и муниципального управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2010. – Т. 103. – № 2.

4. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Геоинформационные технологии в государственном и муниципальном управлении. Муниципальная власть. – 2010. – № 3.

5. Тюшняков В.Н. Формирование системы электронного правительства на основе применения информационно-коммуникационных технологий в органах власти и управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2010. Т. 105. № 4.

6. Тюшняков В.Н. Повышение качества управленческих решений в системе органов власти и управления на основе применения информационно-коммуникационных технологий. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2007. – Т. 74. – № 2.

7. Научно-производственная компания. Бюро Кадастра Таганрога. Программное обеспечение. URL: http://cbt.ru/product/ (дата обращения 17.04.2012).

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ФЕДЕРАЛЬНОЙ МИГРАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ

Андриенко Р.В.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: skywalker___@mail.ru

Современный этап развития информационных систем автоматизации деятельности подразделений Федеральной миграционной службы (ФМС) характеризуется постоянным увеличением объемов получаемой, обрабатываемой и хранимой информации.

В рамках информационной системы миграционного учета (ИСМУ) необходимо обеспечить сбор, передачу и хранение разнородной информации, что невозможно без создания современной телекоммуникационной инфраструктуры [1]. Организация такой инфраструктуры является одной из наиболее важных задач при внедрении информационных технологий в ФМС.

Информационная система миграционного учета представляет собой комплексную специализированную межведомственную автоматизированную информационную систему, содержащую информацию о российских и иностранных гражданах и лицах без гражданства, обеспечивающая выполнение всех государственных задач в сфере миграции путем единообразного и контролируемого выполнения сотрудниками ФМС России государственных функций и предоставления государственных услуг гражданам и организациям на основе электронных административных регламентов использованием информационных ресурсов других ведомств.

ИСМУ предназначена для автоматизации следующих видов деятельности ФМС России в целях решения государственных задач и предоставления государственных услуг в сфере миграции [1]: по делам о гражданстве РФ, оформлению и выдаче основных документов, удостоверяющих личность; по регистрационному учету граждан по месту пребывания и по месту жительства в пределах РФ; по оформлению и выдаче иностранным гражданам и лицам без гражданства документов для въезда в РФ, проживания и временного пребывания в РФ; по управлению территориальными органами ФМС России и ее представительствами за рубежом.

Целями создания ИСМУ являются:

– обеспечение национальной безопасности Российской Федерации и общественной безопасности в сфере миграции;

– обеспечение прав и законных интересов граждан Российской Федерации, а также иностранных граждан и лиц без гражданства, находящихся в Российской Федерации;

– формирование полной, достоверной и актуальной информации о перемещениях иностранных граждан, необходимой для оценки миграционной ситуации на территории Российской Федерации, выработки и реализации мер, направленных на регулирование миграционных процессов на территории Российской Федерации.

В соответствии с нормативными документами [1], ИСМУ должна представлять собой межведомственную автоматизированную информационную систему. При создании ИСМУ необходимо адаптировать ранее созданное и используемое в подразделениях ФМС России программное обеспечение и данные. Эксплуатируемые в ФМС России информационные системы должны войти в состав ИСМУ в качестве подсистем и при необходимости быть модернизированы. ИСМУ должна иметь модульную структуру с четким разделением функций между ее компонентами. Выполнение функций ИСМУ и доступ к содержащимся в ней данными управляющим структурам должны осуществляться посредством специализированных компонентов, обладающих, в том числе и, механизмами на базе web-технологий для взаимодействия с пользователями.

ИСМУ позволит совершенствовать деятельность объектов территориального, регионального и федерального уровней процессов автоматизации деятельности ФМС России, объектов, принадлежащих сегменту межведомственного взаимодействия [2], а также объектов, принадлежащих сегменту международного обмена и взаимодействия.

Список литературы

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2007 г. № 94 «О государственной информационной системе миграционного учета».

2. Тюшняков В.Н. Технологии межведомственного электронного взаимодействия в государственном и муниципальном управлении. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2012. – Т. 133. – № 8.

КОРПОРАТИВНЫЙ ПОДХОД К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Берибердин М.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: beriberdin@ya.ru

Опыт использования технологии геоинформационных систем (ГИС) муниципальными органами власти наглядно показывает, что достоверная географически привязанная информация является критически важным элементом в осуществлении управления. Причина заключается в том, что учет всевозможных комбинаций факторов, влияющих на здоровье, безопасность и другие критерии качества жизни граждан, проживающих в городах и районах, в своей основе определяется географией или «пространственным местоположением» [4]. Параметры пространственной инфраструктуры города или района, характеристики населения, проживающего на определенной территории, являются той базовой средой, в которой органы власти и управления реализуют свою координирующую управленческую миссию, направленную на эффективное обустройство жизни и быта людей, обеспечение их здоровья и безопасности, поддержание оптимистического настроя, деловой и общественной активности [1, 3].

До недавних пор многие муниципальные органы власти использовали модель ГИС, основанную на файловой структуре хранения и обращения к данным. В результате, отдельные ГИС-пользователи или небольшие группы, выполняющие частные проекты, создавали и поддерживали свои собственные наборы данных, хранящиеся на их персональных компьютерах [2]. Такой способ работы часто приводил к быстрому росту объемов избыточных данных и приложений, которые, по сути, были недоступны для других пользователей даже в той же самой организации. Цель создания корпоративной ГИС заключается во внедрении технологий, стандартов и методов, обеспечивающих более тесное взаимодействие и взаимообмен данными и услугами и, следовательно, повышающих производительность и эффективность работы и ГИС-пользователей, и всей организации. В настоящее время, эволюция многопользовательских информационных систем благоприятствует расширенному внедрению корпоративных ГИС-решений, обеспечивающих обмен данными и приложениями между многими департаментами, в том числе инженерно-техническими и финансовыми, а также разработке общих стандартов данных.

Корпоративный подход к использованию ГИС обеспечит общую инфраструктуру для сбора данных, обмена информацией, сотрудничества и проведения анализа на уровне всех департаментов, позволит им работать с большей эффективностью [1]. Концепция корпоративной ГИС не ограничивается ресурсами геопространственной информации одного муниципалитета, она предусматривает поэтапное развитие и расширение на другие уровни управления, причем как по вертикали (городской, районный, областной, федеральный), так и по горизонтали – на другие муниципальные органы управления, частные структуры и организации. Чем более полной и качественной

информацией владеет муниципалитет, тем лучше он сможет управлять и распределять имеющиеся у него ресурсы, предоставлять ценные сведения и основанные на них решения для своих клиентов, демонстрировать свою компетентность и значимость для всех жителей. В сущности, внедрение корпоративной ГИС обеспечивает общий информационный каркас, способствующий выполнению многообразной и критически важной миссии муниципалитета на современном более интегрированном уровне [5, 7].

ГИС помогает создать базовую структуру для совместной работы и общения, предоставляя общее поле ссылки на данные на основе их пространственного местоположения [6]. То есть появляется возможность привязать к этому местоположению (или к находящемуся в данном месте объекту) любую связанную с ним информацию, легко извлекать ее и наладить удобный и быстрый обмен этой информацией.

Список литературы

1. Капралов Е.Г., Кошкарёв А.В., Тикунов В.С. Геоинформатика. Учебник для вузов. – М.: Издательский центр «Академия», 2005.

2. Саак А.Э., Пахомов Е.В., Тюшняков В.Н. Информационные технологии управления. Учебник для вузов. 2-е изд. – СПб: Питер, 2012.

3. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Разработка управленческого решения: Учебник для вузов. – СПб: Питер, 2008.

4. Самардак А.С. Геоинформационные системы. – Владивосток, 2005.

5. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Применение технологий электронного правительства в системе государственного и муниципального управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2010. – Т. 103. – № 2.

6. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Геоинформационные технологии в государственном и муниципальном управлении. Муниципальная власть. – 2010. – № 3.

7. Тюшняков В.Н. Повышение качества управленческих решений в системе органов власти и управления на основе применения информационно-коммуникационных технологий. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2007. – Т. 74. – № 2.

ТИРАЖИРУЕМЫЕ МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ

Васильева М.В.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: missbublic@mail.ru

В настоящее время часто возникают ситуации, когда без должной проектной проработки или наличия минимальных системных требований в создании муниципальных информационных систем (ИС) одновременно участвует множество разработчиков, деятельность которых координируется весьма слабо. В результате разрабатываются и внедряются несовместимые муниципальные ИС.

По результатам мониторинга [2], разработчики ИС отдают предпочтение сферам социально-экономического и финансового планирования и прогнозирования. Другие сферы муниципального управления автоматизированы частично или не автоматизированы вовсе.

Информатизация в сфере ЖКХ фокусируется на создании ИС расчетно-кассовых центров и разработке ИС автоматизации расчетов с гражданами, что не исчерпывает потребности повышения эффективности управления сферой ЖКХ. Отсутствует система обучения эффективного использования муниципальных ИС на местах, и как следствие особенно остро встает вопрос о внедрении испытанных практикой тиражируемых муниципальных ИС, не требующих специальной квалификации их пользователей и обслуживающего персонала [1].

Тиражируемые муниципальные ИС призваны обеспечить информационную поддержку типовых функций управления, а также реализацию федеральных, региональных и муниципальных административных регламентов деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления, в том числе при предоставлении ими государственных и муниципальных услуг.

Список литературы

1. Тюшняков В.Н. Формирование системы электронного правительства на основе применения информационно-коммуникационных технологий в органах власти и управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2010. – Т. 105. – № 4.

2. Фонд тиражируемых информационных систем URL: http://pvti.ru/reginfo-ftis.htm (дата обращения 01.02.2013).

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ МЕЖВЕДОМСТВЕННОГО ЭЛЕКТРОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Воробьева М.В., Тюшняков В.Н.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: marishka.vorobeva92@mail.ru

Актуальность внедрения информационных технологий межведомственного электронного взаимодействия подтверждается постановлением Правительства РФ от 6 сентября 2012 г. № 890 «О мерах по совершенствованию электронного документооборота в органах государственной власти». Переход на обмен электронными документами при взаимодействии федеральных органов исполнительной власти между собой и с Правительством РФ необходимо завершить до 31 декабря 2017 г [1]. При этом каждый из участников информационного взаимодействия должен подтвердить готовность своей системы электронного документооборота к подобному обмену.

Система межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) представляет собой федеральную государственную информационную систему, включающую информационные базы данных, в том числе содержащие сведения об используемых органами и организациями программных и технических средствах, обеспечивающих возможность доступа через систему электронных сервисов, сведения об истории движения в системе взаимодействия электронных сообщений при предоставлении государственных и муниципальных услуг, исполнении государственных и муниципальных функций в электронной форме, а также программные и технические средства, обеспечивающие взаимодействие информационных систем органов и организаций, используемых при предоставлении государственных и муниципальных услуг, исполнении государственных и муниципальных функций [2, 5, 7].

Однако при внедрении информационных технологий в государственные структуры возникает ряд проблем: отсутствие необходимой нормативной правовой базы, а также стандартов и регламентов предоставления органами государственной власти требуемой информации населению, организациям и другим органам государственной власти; необходимость обеспечения юридической силы электронных документов; информационное неравенство – недоступность для части населения страны средств обработки, выборки и передачи информации по телекоммуникационным сетям, включая и Интернет; проблема архивного хранения электронных документов [3, 8].

Внедрение СМЭВ позволит [4, 6]: повысить качество и доступность предоставляемых организациям и гражданам государственных и муниципальных услуг, упростить процедуры и сократить сроки их оказания, снизить издержки со стороны граждан и организаций, связанных с получением услуг, а также внедрить единые стандарты обслуживания; повысить открытость информации о деятельности органов власти, расширить возможности доступа к ней и непосредственного участия граждан и общества в процедурах формирования и экспертизы решений,

принимаемых на всех уровнях государственного и муниципального управления; повысить качество административно-управленческих процессов; совершенствовать информационно-аналитическое обеспечение принимаемых решений на всех уровнях государственного и муниципального управления, обеспечить оперативность и полноту контроля деятельности органов власти и поддержание требуемого уровня информационной безопасности.

Список литературы

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 6 сентября 2012 г. № 890. «О мерах по совершенствованию электронного документооборота в органах государственной власти».

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 8 сентября 2010 г. № 697. «О единой системе межведомственного электронного взаимодействия».

3. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Система электронного документооборота: создание, внедрение, использование // Муниципальная власть. 2008. № 5.

4. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Технологии электронного правительства в государственном и муниципальном управлении // Муниципальная власть. 2009. № 4.

5. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Применение технологий электронного правительства в системе государственного и муниципального управления // Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2010. Т. 103. № 2.

6. Тюшняков В.Н. Повышение качества управленческих решений в системе органов власти и управления на основе применения информационно-коммуникационных технологий // Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2007. Т. 74. № 2.

7. Тюшняков В.Н. Формирование системы электронного правительства на основе применения информационно-коммуникационных технологий в органах власти и управления // Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2010. Т. 105. № 4.

8. Тюшняков В.Н., Тюшнякова И.А. Информационные технологии межведомственного электронного взаимодействия в органах власти и управления // Сборник научных трудов Sworld по материалам международной научно-практической конференции. 2012. Т. 16. № 4.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ УПРАВЛЕНИЯ ГОРОДСКИМ КАДАСТРОМ

Ершова М.С.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: marika191291@mail.ru

Уровень и объемы имеющейся сейчас информации о городской жизни настолько велики, что уже не возможны ее обработка, анализ и понимание без современных аппаратно-программных средств. Поэтому становится крайне необходимой создание автоматизированной системы для городского кадастра на основе современных компьютерных технологий и телекоммуникаций как единого комплекса для получения полной информации об окружающем мире, имеющихся ресурсах, возможностях и тех последствиях, которые оказывает на мир наша деятельность. Поскольку кадастр оперирует с данными и информацией, имеющими пространственную привязку, то взаимосвязь его автоматизации с проблематикой геоинформационных систем очевидна. Но здесь следует помнить, что как и при создании любой автоматизированной системы задача разделяется на разработку отдельных видов обеспечения: организационного, технического, программного, информационного и, в том числе, картографического. При этом обязательным является требование совместимости картографической системы с остальными компонентами.

Решение задач кадастра на современном уровне требует не только применения современных программных средств, но и глубокой технологической проработки проектов информационных систем.

Набор функциональных компонент информационных систем кадастрового назначения должен содержать эффективный и быстродействующий интерфейс, средства автоматизированного ввода данных, адаптированную для решения соответствующих задач систему управления базами данных, широкий набор средств анализа, а также средств генерации изображений, визуализации и вывода картографических документов.

Список литературы

1. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Геоинформационные технологии в государственном и муниципальном управлении. Муниципальная власть. – 2010. – № 3.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Заика А.О.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: fedra-afinskaya@yandex.ru

Принятие эффективных решений в сфере государственного и муниципального управления невозможно без использования современных информационно-коммуникационных технологий, программных средств, баз данных и систем управления ими [1, 2].

Информационная система поддержки принятия управленческих решений (DSS) – это компьютерная система, включающая данные и модели, которые используются при принятии слабоформализованных решений. Обычно данные извлекаются из системы диалоговой обработки запросов или базы данных. Модель может быть простой типа «доходы и убытки», чтобы вычислить прибыль при некоторых предположениях, или комплексной типа оптимизационной модели для расчета нагрузки для электростанции на территории муниципального образования. DSS включает: модель управления, блок управления данными для сбора и ручной обработки данных и блок управления диалогом. Пользователь работает с DSS, используя интерфейс пользователя, выбирает модель и набор данных, которые нужно использовать, а затем DSS представляет результаты пользователю [1].

Таким образом, развитие современных информационно-коммуникационных технологий и технических средств, обеспечивающих их реализацию, создает новые возможности по обеспечению процессов управления и процессов разработки и реализации управленческих решений на государственном и муниципальном уровне.

Список литературы

1. Тюшняков В.Н. Повышение качества управленческих решений в системе органов власти и управления на основе применения информационно-коммуникационных технологий. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2007. – Т. 74. – № 2.

2. Тюшняков В.Н. Технологии межведомственного электронного взаимодействия в государственном и муниципальном управлении. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2012. – Т. 133. – № 8.

МОНИТОРИНГ И РЕЙТИНГОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ ФЕДЕРАЛЬНЫХ, РЕГИОНАЛЬНЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ САЙТОВ

Мартакова К.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: martakova.karina@yandex.ru

Современным инструментом мониторинга федеральных, региональных и муниципальных официальных сайтов является методика, позволяющая определять количественные и качественные характеристики текущего уровня их информационной открытости. Методика представляет собой автоматизированную систему «Мониторинг государственных сайтов» (http://gosmonitor.ru).

Функциональные возможности ресурса http://gosmonitor.ru позволяют осуществлять как ежеднев-

ную проверку технических характеристик и ежегодную экспертную оценку уровня открытости официальных сайтов, так и интерактивную оценку степени удовлетворенности пользователей к официальному сайту с помощью технологии сбора мнений пользователей [2].

Метод экспертных заключений позволяет определить уровень открытости официальных сайтов, посредством определения характеристик наличия, полноты, актуальности и удобства представления информации на официальном сайте.

Метод автоматической обработки таких параметров, как время отклика, количество ошибок в разметке страниц, количество ошибок в структуре, количество обновлений главной страницы в неделю позволяет осуществлять проверку технических характеристик официальных сайтов [2].

Портал «Ваш контроль» (https://vashkontrol.ru) позволяет осуществлять обратную связь с гражданами и представителями бизнеса, касающуюся качества информационной и технологической составляющей сайтов [1].

Список литературы

1. Ваш контроль. URL: https://vashkontrol.ru (дата обращения 10.02.2013);
2. Мониторинг государственных сайтов. URL: http://gosmonitor.ru (дата обращения 10.02.2013).

ЭЛЕКТРОННАЯ ДЕМОКРАТИЯ. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Мартакова К.А., Михайлюк Ю.С, Чаушьян Н.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: mihailyuk.yule4k@yandex.ru

Распространение информационно-коммуникационных технологий и проникновение их во все сферы общественной жизни создают технологические предпосылки для развития гражданского общества за счет реального обеспечения прав граждан на свободный и оперативный доступ к информационным ресурсам, для развития электронной демократии.

Под электронной демократией понимается «использование информационно-коммуникационных технологий и информационной инфраструктуры для развития демократических институтов и расширения участия граждан в общественно-политической деятельности» [1].

Средой действия электронной демократии являются политические сети, в состав которых входят органы власти, общественные и коммерческие организации, граждане и иные, отличные от госструктур всех ветвей власти стейкхолдеры, взаимодействие которых направлено на гармонизацию развития общества, взаимный учет целей и интересов, совместное участие в принятии политических решений и осуществлении государственных функций и услуг. Концепция, рассматривающая государство как участника политической сети взаимодействия, получила название «governance», что в отечественной литературе трактуется как «руководство» [2].

Развитие электронной демократии в России находится на начальном этапе, поэтому важно учитывать возможные барьеры, препятствующие становлению данного института. К критическим факторам развития электронной демократии можно отнести во-первых инвестирование. Необходимость инвестиций в системы электронной демократии в настоящее время в большинстве случаев признана и рассматривается как критически важный фактор. Федеральные и государственные информационные офисы поставили задачу догнать частный сектор по объемам расходов.

Во-вторых, обучение, которое несомненно является ключевым элементом, который должен рассматриваться для успешного осуществления электронной демократии, при этом вложение ресурсов в человеческий капитал должно гарантировать, что люди будут знать, как использовать предоставленные им инструменты, и таким образом они смогут принимать участие в демократических дебатах и процессах. По мнению экспертов, имеется огромный потенциал в области обучения как для коммерческих, так и некоммерческих предложений, поскольку обучение непосредственно поддерживает разработку и совместное использование ресурсов и правительствами, и группами граждан, таким образом содействуя ускорению развития электронной демократии [2].

Электронная демократия – это существующая в виртуальной среде площадка для выражения общественного мнения, с которым считаются государственные лидеры всех уровней власти. В самом широком контексте электронная демократия – это способ на основе все более широкого использования информационно-коммуникационных технологий трансформировать и укрепить гражданское общество, обеспечивающее общественный контроль над принимаемыми политическими решениями.

Список литературы

1. Купряшин Г.Л. Соловьев А.И. Государственный менеджмент. – М., 2004.
2. Дрожжинов В.И., Штрик А.А. Электронная демократия и поддерживающие ее технологии. – URL: http://old.conf.infosoc.ru/2003/index.html (дата обращения 12.02.2013).

МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ

Михайлюк Ю.С.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: mihailyuk.yule4k@yandex.ru

В соответствии с Концепцией административной реформы в Российской Федерации, одним из ключевых направлений повышения качества предоставления государственных и муниципальных услуг является создание многофункциональных центров [1, 2].

Целями создания многофункционального центра (МФЦ) являются [3, 6, 7]:

– организация единого места приема, регистрации и выдачи документов организациям и гражданам при предоставлении государственных и муниципальных услуг на базе многофункционального центра с реализацией принципа «одного окна», предоставление возможности получения одновременно нескольких взаимосвязанных государственных и муниципальных услуг;

– информирование граждан и организаций по вопросам предоставления государственных и муниципальных услуг; совершенствование административных процедур, повышение качества предоставления государственных и муниципальных услуг за счет принятия административных регламентов;

– сокращение количества документов, предоставляемых заявителями, необходимых для получения государственных и муниципальных услуг [4];

– снижение интенсивности взаимодействия заявителей и должностных лиц на основе совершенствования межведомственного информационного и документационного взаимодействия [5];

– организация системы информационного взаимодействия с федеральным интернет-порталом государственных услуг, региональными порталами государственных услуг.

Информационная система МФЦ предназначена для обеспечения деятельности многофункционального центра предоставления комплекса взаимосвязанных между собой государственных и муниципальных услуг федеральных и региональных органов исполнительной власти и органов местного самоуправления по принципу «одного окна» на основе минимального количества документов, подаваемых заявителями для получения той или иной государственной или муниципальной услуги. При этом межведомственное взаимодействие, необходимое для оказания услуг, включая необходимые согласования, получение выписок, справок, осуществляется многофункциональным центром без участия заявителя [8].

На современном этапе назрела необходимость разработки единого программного обеспечения процесса предоставления государственных и муниципальных услуг, включающего в себя все направления работы МФЦ. Программный комплекс должен лежать в основе работы всего многофункционального центра, обеспечивать эффективное взаимодействие как с потребителями государственных и муниципальных услуг, так и с многочисленными органами и организациями, участвующими в их предоставлении.

Список литературы

1. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг». URL: http://www.rg.ru/2010/07/30/gosusl-dok.html (дата обращения 25.12.2012).

2. Распоряжение Правительства РФ № 1789-р от 25 октября 2005 года. Концепция административной реформы в Российской Федерации. URL: http://fas.gov.ru/reform/9988.shtml (дата обращения 25.12.2012).

3. Саак А.Э., Пахомов Е.В., Тюшняков В.Н. Информационные технологии управления. Учебник для вузов. 2-е изд. – СПб: Питер, 2012.

4. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Технологии электронного правительства в государственном и муниципальном управлении. Муниципальная власть. 2009. № 4.

5. Тюшняков В.Н. Формирование системы электронного правительства на основе применения информационно-коммуникационных технологий в органах власти и управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2010. Т. 105. № 4.

6. Тюшняков В.Н. Повышение качества государственных и муниципальных услуг на базе многофункциональных центров. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2011. Т. 124. № 11.

7. Тюшняков В.Н. Технологии межведомственного электронного взаимодействия в государственном и муниципальном управлении. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2012. – Т. 133. – № 8.

8. Яковлева Н.А., Калинин А.М. Создание многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в России: результаты мониторинга // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2009. – № 2.

ПРИНЦИПЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Саак А.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: Andrey614408@yandex.ru

В основе проектирования муниципальной информационной системы (МИС) лежит моделирование предметной области, необходимость которого обусловлена сложностью муниципальных органов власти с функциональной и системной точек зрения [1, 2]. Под предметной областью понимается взаимосвязанная совокупность управляемых объектов организации, субъектов управления, автоматизируемых функций управления и программно-технических средств их реализации [3, 5].

Для того чтобы получить адекватный предметной области проект МИС в виде системы правильно работающих программ, необходимо иметь целостное, системное представление модели, которое отражает все аспекты функционирования будущей муниципальной информационной системы.

При разработке масштабных проектов перед началом написания информационной системы важен этап анализа предметной области. Необходимо создание модели проектируемой системы, которая бы продемонстрировала желаемую структуру и поведение системы [7]. Такая модель служит основой эффективного взаимодействия разработчиков и гарантией общего успеха проекта. Модель предметной области необходима также и при анализе уже существующих систем. Она позволяет выполнить исходную структуризацию предметной области, продемонстрировать желаемую структуру и поведение системы, служит «эталонной» моделью информационной системы, помогающей сопоставить функциональные возможности существующих систем с реальными требованиями пользователей.

В основе построения моделей сложных систем лежат три основных принципа [3]: абстрагирования, многомодельности и принцип иерархического построения модели.

Принцип абстрагирования. Модель – это упрощенное представление реальности, которое включает элементы, непосредственно влияющие на выполнение системой своих функций, и не включает малозначимые на данном уровне абстракции элементы.

Принцип многомодельности. Единственная модель не может описывать различные аспекты сложной системы с достаточной степенью адекватности. Для описания системы с различных точек зрения используют различные модели: структурные – для представления организации системы, и динамические – для отражения ее поведения.

Принцип иерархического построения модели. Модель, строящаяся на начальном этапе проектирования, является наиболее общим представлением системы. Она может не содержать многих деталей и аспектов системы. На последующих этапах модель дополняется множеством деталей для более адекватного отражения реализации системы.

Соблюдение принципов моделирования МИС позволяет сократить время и сроки проведения проектировочных работ и получить более эффективный и качественный проект [4, 6]. Без проведения моделирования предметной области велика вероятность разработки системы с множеством недоработок, приводящих к экономическим потерям и высоким затратам на последующее перепроектирование системы. Формализованное представление предметной области даёт возможность оценить достоинства и недостатки организационной структуры и построить эффективную архитектуру будущей муниципальной информационной системы.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. № 1815-р. О государственной программе Российской Федерации «Информационное общество (2011-2020 годы)».

2. Постановление Правительства Российской Федерации «О мерах по совершенствованию электронного документооборота в органах государственной власти» от 6 сентября 2012 г. № 890.

3. Саак А.Э., Пахомов Е.В., Тюшняков В.Н. Информационные технологии управления. Учебник для вузов. 2-е изд. (+CD). – СПб.: Питер, 2012.

4. Саак А.Э., Пахомов Е.В., Тюшняков В.Н. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении. Муниципальная власть. – 2008. – № 2.

5. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Применение технологий электронного правительства в системе государственного и муниципального управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2010. – Т. 103. – № 2.

6. Тюшняков В.Н. Повышение качества государственных и муниципальных услуг на базе многофункциональных центров. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2011. – Т. 124. – № 11.

7. Тюшняков В.Н. Технологии межведомственного электронного взаимодействия в государственном и муниципальном управлении.

Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2012. – Т. 133. – № 8.

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В ОРГАНЫ ВЛАСТИ И УПРАВЛЕНИЯ

Тюшняков В.Н., Мартакова К.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: martakova.karina@yandex.ru

Основной функцией государственного учреждения является принятие управленческих решений. При этом исходные данные для разработки и принятия решений и сами решения представляются в виде документов. Объем технической работы с документами зачастую настолько велик, что заслоняет основное содержание деятельности органов власти и управления. Традиционный бумажный документооборот в органах государственной власти и местного самоуправления является чрезвычайно медленным способом работы с документами и влечет значительные затраты ресурсов на функционирование курьерских и почтовых служб и канцелярии, вынужденной регистрировать входящие и отправлять исходящие документы. Отсутствует возможность контроля со стороны отправителя за процессом получения и регистрации документов принимающей стороной [1, 4].

Внедрение систем электронной обработки документов, циркулирующих в органах власти, имеет важное значение для повышения эффективности деятельности как отдельных учреждений, так и системы государственного и муниципального управления в целом [6].

Применение систем электронного документооборота (СЭД) в государственном и муниципальном управлении позволяет [2, 5]: сократить сроки подготовки и исполнения документов; организовать и автоматически поддерживать в актуальном состоянии базы нормативных и распорядительных документов; сократить количество рутинных операций, а работникам предоставляется возможность сосредоточиться на решении содержательных задач управления; повысить качество подготовки управленческих решений; снизить число «потерянных» документов; организовать информационно прозрачные процессы разработки и прохождения документов, допускающие контроль на любой стадии.

Важность внедрения систем электронного документооборота определяется не только задачей повышения качества работы отдельных органов власти. Без эффективно функционирующих внутриведомственных систем работы с документами невозможна автоматизация межведомственного обмена документами и построение порталов для взаимодействия с гражданами и хозяйствующими субъектами [3].

При внедрении систем электронного документооборота необходимо решить ряд законодательных, организационных и технических проблем [7]. К системам электронного документооборота министерств и ведомств предъявляются более высокие требования, чем к решениям, применяющимся в коммерческом секторе, так как большую часть документооборота органов власти представляет информация государственного значения: бюллетени, приказы, отчеты, постановления.

Для успешного перехода к СЭД необходимо предварительное внедрение систем автоматизированного делопроизводства и средств организации коллективной работы по подготовке документов. Это позволит не только облегчить технологическое внедрение электронного документооборота, но и познакомит служащих с понятием электронного документа, функциями пересылки и контроля исполнения документов.

Список литературы

1. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Система электронного документооборота: создание, внедрение, использование. Муниципальная власть. 2008. № 5.

2. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Технологии электронного правительства в государственном и муниципальном управлении. Муниципальная власть. 2009. № 4.

3. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Применение технологий электронного правительства в системе государственного и муниципального управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2010. Т. 103. № 2.

4. Тюшняков В.Н. Повышение качества управленческих решений в системе органов власти и управления на основе применения информационно-коммуникационных технологий. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2007. Т. 74. № 2.

5. Тюшняков В.Н. Формирование системы электронного правительства на основе применения информационно-коммуникационных технологий в органах власти и управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2010. Т. 105. № 4.

6. Тюшняков В.Н., Тюшнякова И.А. Информационные технологии межведомственного электронного взаимодействия в органах власти и управления. Сборник научных трудов Sworld по материалам международной научно-практической конференции. 2012. Т. 16. № 4.

7. Семилетов С. Законодательная база электронного документооборота в Российской Федерации // http://www.gosbook.ru/node/246594/.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ

Тюшняков В.Н., Чаушьян Н.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: chaunarine@mail.ru

Актуальность внедрения информационных технологий бюджетирования в управлении муниципальными финансовыми ресурсами подтверждается необходимостью получать постоянную объективную информацию о денежных потоках, повысить финансовую дисциплину и ответственность каждого подразделения, выполнить финансовые показатели в разрезе каждого финансового центра, сбалансировать местный бюджет для покрытия необходимых и обоснованных расходов [1]. Система бюджетирования предполагает многовариантный анализ финансовых последствий реализации намеченных планов, предусматривает анализ различных сценариев изменения финансового состояния, оценки финансовой устойчивости в изменяющихся условиях социально-экономической среды.

Как управленческая технология бюджетирование включает три составные части [1, 4]: технологию бюджетирования (виды, формы бюджетов, система финансово-экономических показателей, порядок консолидации бюджетов в сводный бюджет); организацию процесса бюджетирования; применение информационных технологий, позволяющих разрабатывать сценарии будущего финансового состояния, осуществлять оперативный сбор, обработку и консолидацию физических данных, необходимых для бюджетного контроля.

Процесс управления муниципальными финансами предполагает работу с большими объемами информации, обработкой которой занимаются специалисты и руководители разных подразделений, в том числе территориально удаленных. Новое качество планирования, обусловленное развитием рыночных отношений, сложность и разнообразие применяемых методов, многовариантных и оптимизационных расчетов, ускорение процесса составления плановых документов, наличие итерационных расчетов снизу и сверху требуют использования информационных технологий в системе бюджетирования [5].

Цели внедрения информационных технологий бюджетирования направлены на организацию новых форм и методов управления общественными финансами; поддержку среднесрочного финансового планирования с возможностью учета плановых показателей

с различной степенью детализации по кодам классификации операций для разных видов расходов бюджета муниципального образования; создание единого централизованного хранилища финансовой информации; повышение эффективности работы сотрудников и оперативности их взаимодействия благодаря использованию специализированного программного обеспечения и методов групповой обработки данных в едином централизованном хранилище финансовой информации; существенное сокращение объема трудоемких рутинных операций, минимизацию количества ошибок, допускаемых при ручной обработке информации, благодаря механизмам автоматического контроля и экспорта/импорта данных; поддержку казначейских принципов организации исполнения бюджета, обеспечение прозрачности и эффективности бюджетных расходов; внедрение технологии конвейерной обработки и множественного визирования электронных документов; получение достоверной оперативной информации и необходимой аналитической отчетности в режиме реального времени [2, 3].

Выбор программного обеспечения является, как правило, завершающим этапом при постановке бюджетирования, но часто именно с него и начинают. Невозможно проводить бюджетирование вручную, когда требуется выполнить многовариантные расчеты. Особенно если необходимо осуществлять скользящее финансовое планирование, предусматривающее ежемесячную корректировку ранее составленных бюджетов на год или на три года вперед с ежемесячной или подекадной разбивкой бюджетного периода. С целью учета специфики управления муниципальными финансами возникает необходимость проведения кропотливой доработки стандартизированных программных продуктов бюджетирования.

Список литературы

1. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Применение информационных технологий бюджетирования в муниципальном управлении. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2012. Т. 126. № 1.

2. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Применение технологий электронного правительства в системе государственного и муниципального управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2010. Т. 103. № 2.

3. Тюшняков В.Н. Повышение качества управленческих решений в системе органов власти и управления на основе применения информационно-коммуникационных технологий. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2007. Т. 74. № 2.

4. Решения для органов местного самоуправления URL: http://www.parus-vrn.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=73=102/ (дата обращения 21.12.2012).

5. Эффективное бюджетирование и управление финансами URL: http://www.npo-comp.ru/erp/3163248_p.aspx/ (дата обращения 05.02.2013).

СИСТЕМА ПРИОРИТЕТОВ ФОРМИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА

Филатова А.И.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: lika.filatova@list.ru

Электронное правительство рассматривается как организация государственного и муниципального управления на основе электронных средств хранения, обработки, передачи и распространения информации, информирования граждан о работе государственных и муниципальных органов и предоставления услуг всех ветвей власти всем категориям граждан [1]. Формирование системы электронного правительства в Российской Федерации стало возможным благодаря широкому распространению информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в социально-экономической сфере и органах государственного и муниципального управления [2].

Целями формирования электронного правительства (ЭП) являются [1]: повышение качества и доступности предоставляемых организациям и гражданам государственных и муниципальных услуг, упрощение процедуры и сокращение сроков их оказания, снижение издержек со стороны граждан и организаций, связанных с получением услуг, а также внедрение единых стандартов обслуживания; повышение открытости информации о деятельности органов власти, расширение возможности доступа к ней и непосредственного участия граждан и общества в процедурах формирования и экспертизы решений, принимаемых на всех уровнях государственного и муниципального управления; повышение качества административно-управленческих процессов; совершенствование информационно-аналитического обеспечения принимаемых решений на всех уровнях государственного и муниципального управления, обеспечение оперативности и полноты контроля за результативностью деятельности органов власти и поддержания требуемого уровня информационной безопасности ЭП при его функционировании.

Для достижения обозначенных целей необходимо [4, 5]: развитие и широкое применение в деятельности органов власти средств реализации удаленного доступа граждан к информации о деятельности органов власти; предоставление государственных и муниципальных услуг с использованием многофункциональных центров и сети Интернет; внедрение защищенной системы межведомственного электронного документооборота; формирование нормативной правовой базы, регламентирующей порядок и процедуры сбора, хранения и предоставления сведений, содержащихся в информационных системах органов власти, обмена информацией в электронной форме между органами власти, организациями и гражданами.

Система приоритетов формирования электронного правительства включают: развитие систем обеспечения удаленного доступа граждан к информации о деятельности государственных органов на основе использования ИКТ; предоставление государственных услуг с использованием современных ИКТ.

Развитие систем обеспечения удаленного доступа граждан к информации о деятельности органов власти на основе использования ИКТ предполагает [3, 6]: развитие сайтов органов власти в сети Интернет, своевременность публикации актуальной информации, удобный интерфейс, возможность доступа к данным, содержащимся в ведомственных информационных системах; организацию общественного доступа к опубликованной в сети Интернет информации о деятельности органов власти и предоставляемых услугах организациям и гражданам; внедрение единой системы информационно-справочной поддержки населения по вопросам взаимодействия граждан с органами власти и предоставления им услуг.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. № 1815-р. О государственной программе Российской Федерации «Информационное общество (2011-2020 годы)».

2. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Применение технологий электронного правительства в системе государственного и муниципального управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2010. – Т. 103. – № 2.

3. Тюшняков, В.Н. Повышение качества государственных и муниципальных услуг на базе многофункциональных центров. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2011. – Т. 124. – №11.

4. Тюшняков В.Н. Технологии межведомственного электронного взаимодействия в государственном и муниципальном управлении. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2012. – Т. 133. – № 8.

5. Тюшняков В.Н., Тюшнякова И.А. Информационные технологии межведомственного электронного взаимодействия в органах власти и управления. Сборник научных трудов Sworld по материалам международной научно-практической конференции. – 2012. – Т. 16. – № 4.

6. Прохоров А. Электронное правительство в цифрах и фактах. URL: http://www.compress.ru/article.aspx?id=15845&iid=750 (дата обращения 30.01.2013).

ТЕХНОЛОГИИ ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИЙ В МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Чаушьян Н.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: chaunarine@mail.ru

Актуальность внедрения технологии видеоконференций в ежедневную практику муниципального управления обуславливается развитием информационных технологий. В настоящее время видеоконференцсвязь стала универсальной и простой в реализации во всех сферах муниципального управления.

Существует многообразие реализаций технологий видеоконференцсвязи: **вещание через сайт** – позволяет сделать информацию любого события доступной через интернет неограниченному количеству респондентов. Без посредников в виде телевизионных и других студий. После окончания события видеозапись события может быть размещена на сайте для просмотра пользователями в любое время; **вебинар** (онлайн-семинар) – позволяет зрителям – участникам вебинара задать свои вопросы организаторам вебинара через текстовый чат.

Видеоконференцсвязь – связь ограниченного числа участников друг с другом.

Различают видеоконференции: **точка к точке** – два участника (группы) видят и слышат друг друга; **многоточечная симметричная** – много участников (групп) общаются между собой. Удобный инструмент для проведения совещаний как внутри организации, так и с удаленными подразделениями (отделениями); **асимметричная (вещание, планерка)** – все видят одного ведущего, ведущий видит одновременно всех [1].

Плюсы включения технологий видеоконференцсвязи неоспоримы, начиная от создания возможности полноценного общения, заканчивая возможностью видеорегистрации проходящих совещаний в компьютере организатора совещания. Видеоконференции не заменят личных встреч, данная практика позволяет ликвидировать транспортные расходы, затраты времени специалистов, руководителей и другие потери, они просто позволяют реализовать общение без преград расстояний, что более эффективно с деловой точки зрения.

Список литературы

1. Технологии видеоконференций в муниципальном управлении. URL: http://mittec.ru/www/videoconf (дата обращения 12.02.2013).

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОРГАНОВ ВЛАСТИ, БИЗНЕСА И ГРАЖДАН В СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА

Чумакова М.Н.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: rita-nik1808@ya.ru

В системе электронного правительства (e-government) выделяют следующие уровни взаимодействия: G2C (government-to-citizen) – взаимодействие между органами власти (на уровне правительства, ведомств и регионов) и гражданами; G2G (government-to-government) – между органами власти в системе государственного и муниципального управления; G2B (government-to-business) – между органами власти и частными компаниями; C2B (customer-to-business) – между гражданами и частными компаниями; B2B (business-to-business) – между частными компаниями [2].

При реализации взаимодействия G2C/C2G система электронного правительства (ЭП) предоставляет гражданам следующие возможности [6]:

– сокращение времени обращения за услугами и времени предоставления услуг со стороны органов власти [1]. С помощью Web-порталов органов власти граждане смогут заполнять формы, записываться на прием, приобретать лицензии и разрешения, подавать налоговые декларации и заявки на получение социальных льгот, осуществлять поиск работы через службы занятости, оформлять персональные документы (паспорт, водительские права), регистрировать автотранспорт, свидетельства, подавать заявления на поступление в высшие учебные заведения, информировать о смене места жительства;

– использование комплексных услуг благодаря эффективному взаимодействию различных правительственных организаций. Гражданам не понадобится носить справки из одного учреждения в другое – будет достаточно онлайнового обращения, при котором весь дальнейший обмен документами и информацией будет происходить внутри системы ЭП в фиксированные сроки [3];

– упрощение доступа к новым законопроектам, материалам слушаний в комитетах и документам по бюджету. Появится возможность быть в курсе о действиях выборных представителей, создавать заинтересованные группы и высказывать свое мнение в режиме реального времени;

– реализация концепции прозрачного правительства (электронной демократии). Повышение степени прозрачности работы органов власти повысит общественный контроль и снизит уровень коррупции. В государственных проектах будут в большей мере учтены приоритеты населения;

– внедрение системы ЭП будет способствовать развитию онлайновых гражданских форумов. Сервисы сети Интернет будут использоваться для организации выборов: онлайновая регистрация избирателей, публикация результатов, применение Интернета для упрощения процесса голосования. Система онлайновых выборов позволит гражданам голосовать практически в любом месте с помощью удобного для них устройства.

При реализации взаимодействие G2G система ЭП даёт возможность на основе информационно-коммуникационных технологий совершенствовать внутренние и внешние связи между государственными и муниципальными органами власти [4, 5]: улучшить взаимодействие между правительственными учреждениями; повысить эффективность обмена информацией; улучшить планирование и управление на местах; предоставить объективную информацию об общественном мнении; формировать благоприятное для правительства общественное мнение.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. № 1815-р. О государственной программе РФ «Информационное общество (2011-2020 годы)».

2. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Применение технологий электронного правительства в системе государственного и муниципального управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2010. – Т. 103. – № 2.

3. Тюшняков, В.Н. Повышение качества государственных и муниципальных услуг на базе многофункциональных центров. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2011. – Т. 124. – №11.

4. Тюшняков В.Н. Технологии межведомственного электронного взаимодействия в государственном и муниципальном управлении. Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2012. – Т. 133. – № 8.

5. Тюшняков В.Н., Тюшнякова И.А. Информационные технологии межведомственного электронного взаимодействия в органах власти и управления. Сборник научных трудов Sworld по материалам международной научно-практической конференции. – 2012. Т. 16. – № 4.

6. Данилин А.В. Стандарты и международный опыт построения порталов органов государственной власти. URL: http://vniidad.termika.ru/doclad/doc6.html/ (дата обращения 20.11.2012).

Секция «Концептуальное представление и практическая апробация инновационных информационно-аналитических методик и технологий в сфере экономики», научный руководитель – Парушина Н.В., д-р экон. наук, профессор, член-корреспондент РАЕ

ВЗАИМОСВЯЗЬ ИНВЕСТИЦИЙ В R&D И ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОМПАНИИ

Петрова В.А., Шадрина Э.И.

НИУ «Высшая школа экономики», Пермь, e-mail: petrova-hse@mail.ru

В эпоху экономики знаний, ключевым фактором определения стоимости компании является интеллектуальный капитал, все больше фирм производит значительное инвестирование в сферу R&D (данные расходы составляют, в среднем, 5,8% от общей суммы годовых издержек фирм) (Anne Marie Knott 2011). В современном мире R&D являются, по сути, ядром компаний, многие важные управленческие решения базируются именно на научно-исследовательских и опытно-конструкторских работах. Под R&D (research and development) понимается совокупная деятельность компании, направленная либо на разработку новых продуктов и практических решений компании, либо на теоретические, научные исследования в основной сфере интересов предприятия. НИОКР важны как для фирм, так и для экономики в целом. Предполагается, что именно благодаря R&D можно наблюдать рост реального ВВП на 7% (Anne Marie Knott 2011). Несомненна важность вложений в R&D для компаний, работающих в IT сфере. По сути, интеллектуальный капитал для таких фирм, имеющих огромный запас нематериальных активов, является одним из основных факторов определения рыночной стоимости компании. Однако инвестиции в НИОКР не всегда оправдывают ожидания. И вызвано это чаще всего отсутствием целесообразных критериев оценки эффективности данной статьи расходов.

Два основных используемых в эмпирических исследованиях метода измерения эффективности инвестирования в R&D – это объем инвестиций и измерение количества патентов. И, хотя расчет вложения в R&D, напрямую не дает судить об эффективности, с помощью данного метода возможно проследить, соответствует ли выбранная модель инвестирования основным целям и задачам, поставленным фирмой. С другой стороны, эта характеристика может привести к несоответствиям – данные тесты, например, свидетельствуют о том, что вложение в R&D приводит к моментальному росту рыночной стоимости компании, что не соответствуют действительности. В свою очередь, количество патентов, принадлежащих компании, может говорить об эффективности инвестиции в НИОКР, но данный метод не является ни универсальным, ни надежным, так как отнюдь не все компании имеют патенты, кроме того, часто бывает практически невозможно оценить экономическую ценность патента, например, по данным 2011 года, 10% патентов США составляют 81-85% приведенной стоимости всех патентов в Соединенных Штатах (Scherer and Harhoff 2000).

И перед компаниями встает актуальный вопрос – как узнать, какую отдачу они получают от инвестиций в R&D, куда лучше инвестировать и как сделать эти вложения наиболее эффективными?

Новый показатель продуктивности R&D позволяет найти ответы на эти вопросы. RQ (от research quotient) – коэффициент эффективности исследований, который позволяет проследить влияние изменений вложений в R&D на уровень прибыли компании. Если верить прогнозам, то оптимизация инвестирования НИОКР двадцатью лучшими биржевыми компаниями США привела бы к увеличению рыночной капитализации на 1 триллион долларов. В долгосрочном периоде преимущества данного метода становятся еще значимее, так как позволяют более явно показать связь между изменениями в стратегии, практиках и процессах инвестирования и доходностью компании (Anne Marie Knott 2012).

Расчет данного показателя, по сути, не является революционно-новым для экономики. Новая модель строится на функции Кобба-Дугласа, которая определяет взаимосвязь между расходами фирмы и доходами. Данная функция зависит от двух показателей – капитала и труда, однако, очевидно, что это не единственные показатели, влияющие на доход, следовательно, модель можно расширить, добавив в нее такой важный объект инвестирования, как R&D. Использование стандартных методов регрессионного анализа позволит отследить, насколько сильно каждый из параметров изменяет конечный доход, а точнее, позволит увидеть, как увеличение R&D на один процент повлияет на выручку. Зная эту степень влияния, каждая фирма сможет вычислить тот объем инвестиций, который будет наиболее эффективным.

Чем же можно обосновать эффективность этого метода? Во-первых, RQ универсален. Так как эта модель основывается на стандартной финансовой отчетности, то может быть рассчитана для любой фирмы. Более того, модель считается надежной, так как получает в итоге предсказуемые и объяснимые результаты, например, что фирмы с более высоким RQ больше инвестируют в R&D, чем с низким, или, что выбор объема R&D выше оптимального ведет к снижению доходов к компании. На основе данной модели и имеющихся исследований мы выдвигаем гипотезы о том, что компании ИТ-сектора США инвестируют в R&D неоптимальный объем денежных средств (чаще всего меньший, чем оптимальный). Оптимизация уровня инвестиций приведет как к увеличению прибыли компаний, так и к увеличению рыночной капитализации.

Для эмпирического доказательства описанных выше гипотез проведем построение эконометрической модели, результаты которой будут свидетельствовать о правильности или ошибочности имеющихся предположений. В качестве исходных данных будет использована финансовая информация по 54 компаниям ИТ-сектора США за 5 лет (с 2005 по 2009). В модели будут использованы следующие переменные: ln_sales (логарифм выручки), ln_rd (логарифм инвестиций в R&D), ln_inv (логарифм капитальных затрат), ln_salary (логарифм затрат на труд).

В данном случае будет использована робастная модель для панельных данных с фиксированными эффектами. Данная спецификация модели позволяет решить проблемы гетероскедастичности и автокорреляции. Наличие любых из этих двух факторов может привести к смещенности и несостоятельности оценок, что означает неэффективность модели. Кроме того, в данной модели используются фиксированные эффекты, а не случайных. Подход фиксированных эффектов является условным по значению эффектов α_i. То есть, по существу рассматривается распределение результирующей переменной при заданных эффектах

α_i, где эти эффекты можно оценить. Интуитивно такая интерпретация имеет смысл, если индивидуумы в выборке «одного типа», и не могут рассматриваться как случайные из некоторой лежащей в основе генеральной совокупности. Другими словами, нам необходимо оценить прогноз для каждого члена выборки. Напротив, подход случайных эффектов не является условным по индивидуальным эффектам α_i, а исключает их объединением в одно целое. В этом случае, мы обычно не заинтересованы в конкретном значении эффекта для некоторого индивидуума, мы просто сфокусированы на всей выборке в целом.

Перед началом построения моделей, необходимо удостовериться, что используемые нами переменные не находятся в функциональной зависимости друг от друга. Другими словами, необходимо проверить данные на отсутствие мультиколлинеарности. Кроме того, проведем предварительную оценку взаимосвязи результирующей переменной с объясняющими в виде корреляционного анализа. Для осуществления этих задач построим корреляционную матрицу. Коэффициенты корреляционной матрицы указывают нам на отсутствие взаимозависимости между объясняющими переменными (все они менее 0,6).

Таким образом, уравнение рассматриваемой нами модели, построенной при помощи программного пакета Stata будет иметь вид:

$$\ln_sales=0.864+0,579\cdot\ln_inv+ +0.106\cdot\ln_rd+0.047\cdot\ln_salary$$

Каждая из переменных, включенных в модель, является значимой, как и сама модель, о чем сигнализирует уровень вероятности, меньший 5%. Кроме того, коэффициент R^2, отражающий процент наблюдений, объясненных данной моделью, составляет 70%. 30% наблюдений, не объясненных данной моделью, связаны с комплексностью показателя выручки – на него оказывают влияние большое количество параметров, не указанных в модели.

На основе полученной нами регрессии, мы делаем вывод, что эластичность инвестиций в R&D составляет 10,6% – другими словами, при увеличении затрат на 1% происходит увеличение выручки на 10,6%. Кроме того, данный коэффициент позволяет нам вычислить оптимальный уровень инвестиций в R&D по приведенной ниже формуле:

$$R\,\&\,D^{*}=\left(\frac{1}{RQ\cdot K^{\beta 1}\cdot L^{\beta 2}}\right)^{\frac{1}{RQ-1}},$$

где K – объем капитальных затрат, L – объем затрат на труд, β1 и β2 – соответствующие им коэффициенты эластичности из приведенной выше регрессии, а RQ – коэффициент эластичности для инвестиций в *R&D*(Anne Marie Knott 2011).

Результаты вычисления оптимального объема инвестиций в *R&D* показывают, что около 90% компаний ИТ-сектора инвестируют меньше оптимального уровня. Таким образом, мы можем сказать, что увеличение объема инвестирования приведет к увеличению уровня продаж:

Таблица 1

Оптимизация объема инвестиций в R&D и изменение выручки

Название компании	Затраты на R&D старые	Затраты на R&D оптимальные	Уровень выручки старый	Уровень выручки новый
SIGMATRON INTL	8,80	296,07	122,48	202,30
SYPRIS SOLUTIONS	2,80	479,61	265,90	327,71
SEACHANGE INTL	50,66	612,33	201,67	418,39
BEL FUSE INC-A	7,80	612,51	182,75	418,51
IXYS CORP	20,11	636,67	243,22	435,02
DAKTRONICS INC	21,92	688,54	393,19	470,46
METHODE ELEC	18,41	690,63	377,65	471,89
PULSE ELECTRONIC	28,20	785,79	398,80	536,91
CTS CORP	14,15	818,19	498,98	559,05
EMS TECHNOLOGIES	18,95	880,51	359,97	601,64
ZORAN CORP	112,19	1053,91	380,08	720,12
OSI SYSTEMS INC	38,58	992,79	595,11	678,35
REALNETWORKS INC	119,45	1103,32	562,26	753,87

Так как разница между наблюдаемым уровнем инвестиций и оптимальным достаточно значительна, то прирост уровня продаж компании рассчитан для 10% увеличения инвестиций.

Кроме того, увеличение инвестиций в R&D также приводит к росту рыночной капитализации компании. В данном случае капитализация компании рассчитана при помощи коэффициента P/E (Price-Earnings Ratio). Таким образом, прирост рыночной стоимости компаний будет иметь следующий вид:

Таблица 2

Изменение капитализации компаний при оптимизации инвестиций в R&D

Название компании	P/E	Капитализация старая	Капитализация новая
SIGMATRON INTL	0,11	20,04	22,2531376
SYPRIS SOLUTIONS	0,21	65,91	68,81870925
SEACHANGE INTL	1,8	346,16	753,1062626
BEL FUSE INC-A	0,74	210,7	309,7002038
IXYS CORP	0,94	297,15	408,9204318
DAKTRONICS INC	0,93	432,4	437,5297949
METHODE ELEC	0,76	350,3	358,6383101
PULSE ELECTRONIC	0,04	14,13	21,47650219
CTS CORP	0,62	340,44	346,6126661
EMS TECHNOLOGIES	5,32	3000	3200,701839
ZORAN CORP	2,78	1862,7	2001,920396
OSI SYSTEMS INC	1,73	1140	1173,550148
REALNETWORKS INC	0,98	267,5	738,7944585

Таким образом, на основе полученных результатов мы подтверждаем выдвинутую нами ранее гипотезу. Оптимизация уровня инвестиций в R&D значительно увеличивает как уровень выручки компаний, так и их рыночную стоимость. Основная проблема в данной ситуации заключается в достаточно значительном разрыве между имеющимся уровнем инвестирования и требуемым, так как компании просто не располагают таким количеством свободных денежных средств для инвестирования. Однако, как видно из таблиц приведенных выше, даже 10%-е изменение приводит к значительному росту финансовых показателей компании. Следовательно, использование данного метода позволит компаниям не только оценить имеющуюся на данный момент ситуацию, но и проанализировать, насколько успешны будут будущие проекты инвестирования R&D.

Список литературы

1. Knott A.M., Vieregger C., Yen J.C. IQ and the R&D Market Value Puzzle // Management Science, 54. 2011. P.2054 – 2067.
2. Knott A.M. The Thrillion-Dollar R&D Fix // Harward Business Revi. May 2012. P.77-82.

Секция «Методы оптимизации и математическое моделирование в экономике», научный руководитель – Севастьянова С.А., канд. пед. наук, доцент

МОДЕЛИРОВАНИЕ ТРАНСПОРТНОГО ПРОЦЕССА

Болтова Я.С.

Самарский государственный экономический университет, Самара, e-mail: yanaboltova@mail.ru

Экономико-математическое моделирование успешно используется современными предприятиями, желающими постоянно поддерживать свою конкурентоспособность и быть востребованными на рынке. В настоящее время процесс выражения экономических явлений через математические модели интересует практически все отрасли бизнеса. При этом популярность моделирования растёт за счёт быстрого развития информационных технологий, позволяющих обрабатывать данные и строить модели разной сложности [1].

Подробнее разберём сущность моделирования, применив его к транспортному процессу. Подобная методика интересна транспортным и логистическим компаниям, так как она предоставляет возможность рассмотреть различные варианты транспортировки и выбрать оптимальный.

Для начала опишем стоящую перед нами задачу. Требуется доставить определённое количество груза из одной точки в другую таким способом, который позволит максимально сократить затраты. Актуальность исследования, связанного с нахождением наилучшего маршрута, неоспорима, поскольку с похожими задачами сталкиваются ежедневно организации и частные предприниматели.

Итак, начнём с того, что определим груз, точку отправления и точку назначения. Необходимо доставить груз из города Тель-Авив, которой находится в Израиле, до конкретной торговой точки Самары.

Чтобы показать процесс моделирования наиболее полно, в качестве груза будем рассматривать штучные единицы товара, которые в процессе исследования скомпонуем в грузовую партию. Предположим, что единица продукции имеет форму прямоугольного параллелепипеда и размер 11 см x 11 см x 8 см. Вес её составляет 350 грамм. Перевозить груз будем в стандартных коробках, размер которых составляет 0,5 м x 0,5 м x 0,5 м, а вес – 0,4 кг. В одну коробку помещается 96 единиц продукции, при этом её вес составит 34 кг. Введём ещё одно условие: необходимо перевезти 20 таких коробок. Таким образом, общий вес груза равен 680 кг, а общий объём груза – 2,5 кубических метра, при этом мы сможем перевезти 1920 единиц продукции, которые уже можно назвать грузовой партией. На этом первый этап заканчивается: грузовая партия определена.

Следующим этапом будет рассмотрение нескольких вариантов доставки груза по интересующему нас направлению. На рис. 1 представлены эти варианты.

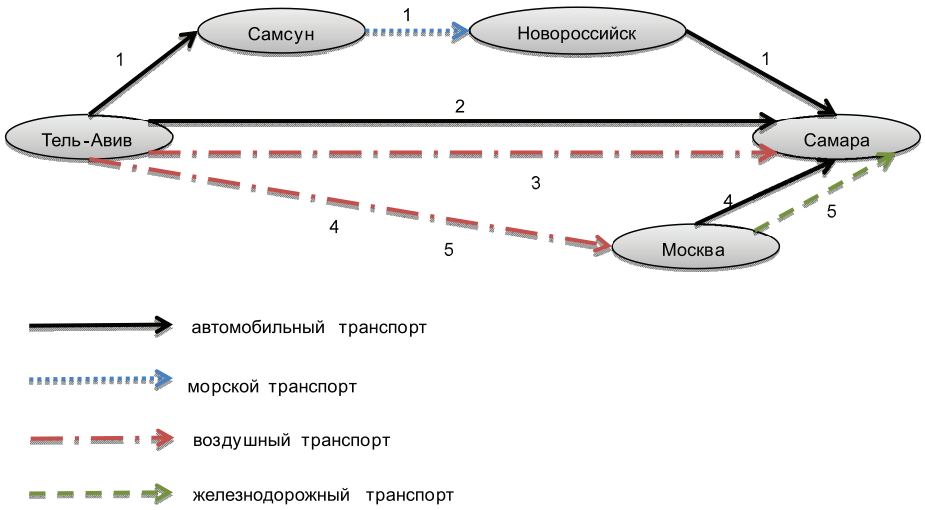


Рис. 1. Маршруты по направлению Тель-Авив – Самара

Характеристики выбранных маршрутов и организации перевозок представлены в табл, 2. В ней указаны города, где происходит смена вида транспорта (исключая города, обозначающие начальную и конечную точки), и сами виды используемого транспорта.

Таблица 1

Характеристика вариантов

№	Характеристика	Виды транспорта
1	Тель-Авив	автомобильный транспорт + морской транспорт
	Самсун	
	Новороссийск	
	Самара	
2	Тель-Авив	автомобильный транспорт
	Самара	
3	Тель-Авив	воздушный транспорт + автомобильный транспорт
	Самара	
4	Тель-Авив	воздушный транспорт + автомобильный транспорт
	Москва	
	Самара	
5	Тель-Авив	воздушный транспорт + железнодорожный транспорт + автомобильный транспорт
	Москва	
	Самара	

Из таблицы видно, что все маршруты кроме второго включают два или три вида транспорта, то есть представляют собой мультимодальные перевозки. Для мультимодальных перевозок существенное значение приобретают таможенные процедуры, а также транспортное законодательство и коммерческие аспекты в тех странах, по которым проходит маршрут следования грузов. В нашем случае задействованы пять стран (Израиль, Сирия – город Аазаз, Грузия – город Тбилиси, Турция – город Килис и Россия), каждая из которых обязывает груз проходить таможенный контроль.

Для планирования перевозки удобно использовать сетевую модель, построение которой будет являться следующим этапом в нашем исследовании. Дуга сетевого графика представляет собой процесс непосредственной перевозки груза одним видом транспорта или выполнение какой-либо работы по погрузке, разгрузке, таможенному оформлению и так далее. Перед тем, как построить график, необходимо определить все работы, выполняемые на каждом из пяти маршрутов. Следует помнить о том, что целью построения моделей транспортировок является выбор оптимального варианта. При организации перевозки выбор варианта доставки груза производится на основе двух важнейших параметров: время и стоимость. В связи с этим помимо описания работ мы будет указывать их продолжительность и стоимость. Табл. 2 иллюстрирует порядок действий при перевозке, а также все необходимые данные для последующей оптимизации.

Таблица 2

Характеристика работ

№ работы	Характеристика работы	Стоимость, руб.	Время	
			сутки	ч, мин
(1,2)	Затаможивание груза в Тель-Авиве	5 400	0,125	3 ч
(2,3)	Оформление документов и погрузка на автомобильный транспорт в Тель-Авиве	300	0,0625	1 ч 30 мин
(2,4)	Оформление документов и погрузка на воздушный транспорт в Тель-Авиве	900	0,0625	1 ч 30 мин
(3,5)	Доставка автомобильным транспортом от Тель-Авива до Аазаза (Сирия)	5 800	0,45	10 ч 48 мин
(3,10)	Доставка автомобильным транспортом от Тель-Авива до Тбилиси (Грузия)	10 250	1,4292	34 ч 18 мин
(4,12)	Доставка воздушным транспортом от Тель-Авива до Москвы	38 203	0,1667	4 ч
(4,19)	Доставка воздушным транспортом от Тель-Авива до Самары	43 302	0,1875	4 ч 30 мин
(5,6)	Прохождение таможенных операций в Аазазе (Сирия)	0	0,0417	1 ч
(6,7)	Доставка автомобильным транспортом от Аазаза (Сирия) до Килиса (Турция)	352	0,025	36 мин
(7,8)	Прохождение таможенных операций в Килисе (Турция)	0	0,0417	1 ч
(8,9)	Доставка автомобильным транспортом от Килиса (Турция) до Самсуна (Турция)	5 790	0,5292	12 ч 42 мин
(9,16)	Оформление документов и перегрузка на судно в Самсуне (Турция)	500	0,0833	2 ч
(10,11)	Растаможивание груза в Тбилиси (Грузия)	255 612	0,125	3 ч
(11,24)	Доставка автомобильным транспортом от Тбилиси (Грузия) до конечного пункта Самары	9 800	1,4167	34 ч
(12,13)	Растаможивание груза в Москве	255 612	0,125	3 ч
(13,14)	Оформление документов и перегрузка на автомобильный транспорт в Москве	300	0,0833	2 ч
(13,15)	Оформление документов и перегрузка на железнодорожный транспорт в Москве	400	0,2083	5 ч
(14,24)	Доставка автомобильным транспортом от Москвы до конечного пункта Самары	6 018	0,5417	13 ч
(15,20)	Доставка железнодорожным транспортом от Москвы до Самары	6 544	0,7083	17 ч
(16,17)	Доставка морским транспортом (Чёрное море) от Самсуна (Турция) до Новороссийска	12 360	0,8854	21 ч 15 мин
(17,18)	Растаможивание груза, оформление документов и перегрузка на автомобильный транспорт в Новороссийске	255 912	0,0833	2 ч
(18,24)	Доставка автомобильным транспортом от Новороссийска до конечного пункта Самары	6 666	1,25	30ч
(19,21)	Растаможивание груза в Самаре	255 612	0,125	3 ч
(20,23)	Оформление документов и перегрузка на автомобильный транспорт в Самаре	300	0,0833	2 ч
(21,22)	Оформление документов и перегрузка на автомобильный транспорт в Самаре	300	0,0833	2 ч
(22,24)	Доставка автомобильным транспортом от аэропорта Курумоч до конечного пункта Самары	800	0,0833	2 ч
(23,24)	Доставка автомобильным транспортом от железнодорожного вокзала Самары до конечного пункта	800	0,0417	1 ч

На основании приведённых выше работ можно построить сетевую модель, описывающую транспортный процесс. При этом следует выполнять пять правил построения сетевого графика:

События должны быть правильно пронумерованы, то есть для каждой работы (i,j) $i<j$, где i – начало работы, а j – окончание работы.

Не должно быть «тупиковых» событий.

Не должно быть «хвостовых» событий.

Не должно быть замкнутых контуров и петель.

События должны быть связаны не более чем одной работой.

На рис. 2 представлен график, отвечающий всем требованиям и составленный по работам, описанным в табл. 2.

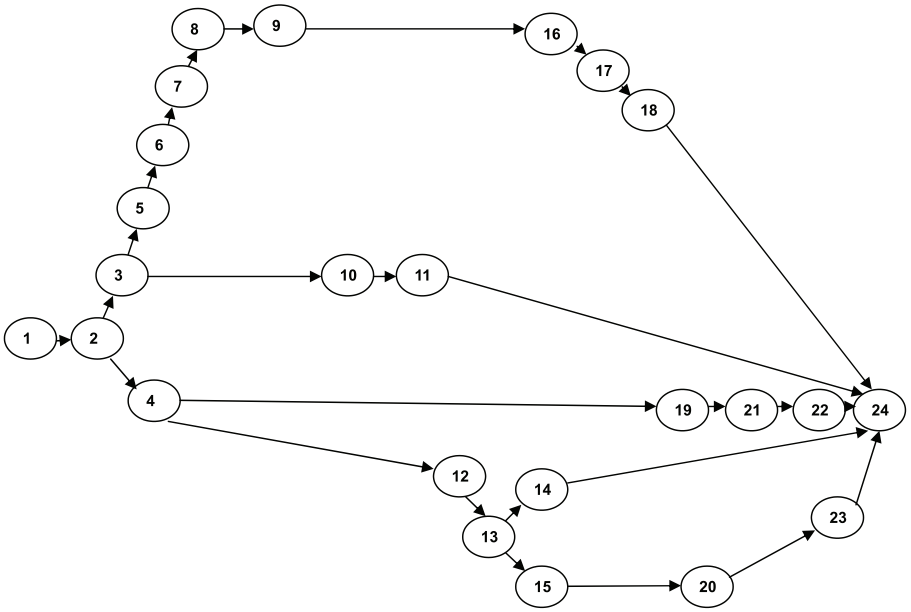


Рис. 2. Сетевая модель транспортного процесса

После упорядочивания всех работ можно переходить непосредственно к расчётам. Приведенные стоимостные и временные оценки маршрутов представляют собой два критерия, следовательно, получена многокритериальная оценка. Необходимо найти такой интегральный показатель, который будет учитывать сразу два параметра. Для получения однокритериальной оценки воспользуемся формулой, приведенной в работе Смолина Е.В. (ГУУ, Москва): $C^* = (C_{гр}+C_{п})(1+\Delta)^n$, где $C_{гр}$ – закупочная стоимость товара; $C_{п}$ – стоимость перевозки; $(1+\Delta)^n$ – множитель наращивания процентов по процентной ставке Δ=15% за n периодов; n = T/365; T – суммарное время маршрута. Для того чтобы применить формулу, нам нужно знать закупочную стоимость товара. Предположим, что стоимость одной единицы продукции равна 370 рублей, следовательно, общая стоимость продукции (1920 единиц) составит 710 400 рублей. Далее рассчитываем суммарную стоимость работ на каждом маршруте и суммарное время каждого маршрута, складывая соответствующие показатели конкретных работ, входящих в маршрут. Итоги вычислений представлены в табл. 3.

Таблица 3

Параметры для различных схем доставки

№	Схема доставки	Суммарная стоимость работ, С	Суммарное время маршрута, Т	Интегральный показатель, С*
1	1,2,3,5,6,7,8,9,16,17,18,24	293 080	3,5771	1004855,414
2	1,2,3,10,11,24	281 362	3,1584	992962,1438
3	1,2,4,19,21,22,24	306 314	0,6666	1016973,547
4	1,2,4,12,13,14,24	306 433	1,1042	1017263,017
5	1,2,4,12,13,15,20,23,24	308 159	1,5208	1019152,309

При формировании матрицы значения всех трёх параметров должны быть одной размерности, поэтому перед определением наилучшего результата следует перейти от абсолютных показателей, представленных в табл. 3, к относительным, рассчитанным в табл. 4. Для этого мы примем минимальное значение в каждом столбце за единицу, а остальные значения выразим в долях от единицы. Рассмотренный метод позволяет в конечном этапе получить оптимальный с точки зрения выбранного критерия способ доставки груза, по которому определяется выбор не только вида транспорта, но и схемы доставки.

Таблица 4

Относительные значения параметров

№	Схема доставки	Суммарная стоимость работ, С	Суммарное время маршрута, Т	Интегральный показатель, С*
1	1,2,3,5,6,7,8,9,16,17,18,24	1,0416	5,3662	1,0120
2	1,2,3,10,11,24	1	4,7381	1
3	1,2,4,19,21,22,24	1,0887	1	1,0242
4	1,2,4,12,13,14,24	1,0891	1,6565	1,0245
5	1,2,4,12,13,15,20,23,24	1,0952	2,2814	1,0264

Для того чтобы исследование было завершено, нам осталось определить, какая схема доставки для нас в настоящее время оптимальная. Используем выбор варианта доставки с использованием критериев принятия решения в условиях неопределенности. Рассмотрим четыре критерия: Лапласа, Вальде, Гурвица и Сэвиджа.

Критерий Лапласа опирается на принцип недостаточного основания, согласно которому все состояния природы (в нашем случае – параметры) полагаются равновероятными. Для принятия решения для каждой схемы доставки вычисляется среднее арифметическое значение потерь. Среди средних арифметических значений по каждому маршруту выбирается минимальное, которое и будет соответствовать оптимальной схеме доставки.

Критерий Вальде рекомендует применять минимаксную стратегию, выбирая наилучшую альтернативу из наихудших. Для принятия решения для каждой схемы доставки выбирается максимальное значение параметра. После чего среди этих максимальных значений по каждому маршруту выбирается минимальное, которое и будет соответствовать оптимальной схеме доставки.

Критерий Сэвиджа состоит в выборе такой стратегии, чтобы не допустить чрезмерно высоких потерь, к которым она может привести. Находится матрица рисков, элементы которой показывают, какой убыток понесёт фирма, если для каждого состояния природы он не выберет наилучшей стратегии. Элемент матрицы рисков (r_{ij}) находится по формуле: $r_{ij} = a_{ij} - \min a_{ij}$, где $\min a_{ij}$ – минимальный элемент в столбце исходной матрицы. Оптимальная схема доставки находится по формуле: $\min(\max r_{ij})$.

Критерий Гурвица придерживается некоторой промежуточной позиции, учитывающей возможность как наихудшего, так и наилучшего поведения природы. Критерий предлагает использовать показатель степени оптимизма, который изменяется в диапазоне он нуля до единицы. На этот показатель оказывает влияние степень ответственности лица, принимающего решение по выбору схемы доставки. Чем хуже последствия ошибочных решений, тем больше желание застраховаться, а, следовательно, ближе показатель степени оптимизма к единице. Критерий Гурвица рекомендует стратегию, определяемую по формуле: $\min(\alpha \min a_{ij} + (1 - \alpha)\max a_{ij})$, где α – степень оптимизма, а a_{ij} – элемент матрицы. Для расчётов возьмём α = 0,5.

В табл. 5 рассчитаны все четыре критерия принятия решения, на основании которых мы можем выбрать лучший маршрут.

Таблица 5

Выбор схемы доставки по критериям принятия решения

№	Критерий Лапласа	Критерий Вальде	Критерий Сэвиджа	Критерий Гурвица (α=0,5)
1	2,4733	5,3662	4,3662	3,1891
2	2,2460	4,7381	3,7381	2,8690
3	1,0376	1,0887	0,0887	1,0443
4	1,2567	1,6565	0,6565	1,3405
5	1,4677	2,2814	1,2814	1,6539
min	1,0376	1,0887	0,0887	1,0443

Итак, все четыре критерия указали на третий маршрут, при котором груз из Тель-Авива до Самары доставляется воздушным транспортом, и только в Самаре осуществляется перегрузка на автомобильный транспорт, который уже доставляет груз до места назначения.

Данную модель можно применять для любого вида транспорта, любого груза, любой сложности работ. Однако важно понимать, что условия на рынке постоянно меняются и эффективность различных видов доставки может варьироваться в течение всего периода выполнения договорных обязательств между грузоотправителем и перевозчиками, поэтому рассмотренные, но не реализованные варианты предпочтительно не отбрасывать, а формировать базу доставки. Возможно, что рыночная экономика будет диктовать такие условия, в рамках которых стоимость перевозки любым видом транспорта существенно изменится, а, имея в запасе дополнительные, качественно рассчитанные варианты, можно избежать кризисной ситуации.

Список литературы

1. Чернова Д.В., Сосунова Л.А. Роль логистических систем в национальной экономике // Экономические науки: научно-информационный журнал. – М.: Изд-во «Экономические науки», № 6. – 2009.

ОПТИМИЗАЦИЯ ОБЪЕМОВ ПЕРЕРАБОТКИ ПРОДУКЦИИ В ООО «БРАТЕЦ КРОЛИК»

Дорофеева Е.А., Любарская А.В.

Самарский государственный экономический университет, Самара, e-mail: nucha01@yandex.ru

ООО «Братец кролик» было создано 23 августа 2006 года. Предприятие расположено в Волжском районе Самарской области. Организация относится к малым формам хозяйствования, находится недалеко от города, что дает ему преимущество в быстрой доставке свежей и качественной продукции на рынки

сбыта. Главным преимуществом фирмы является то, что оно имеет собственную сырьевую базу, которую старается постоянно развивать.

Имея достаточный объем производства мяса кролика, организовали с 2008 года производство полуфабрикатов, которые пользуются огромным спросом у жителей города Самары.

Таблица 1

Экономико-математическая модель по оптимизации переработки продукции **в** ООО «Братец кролик»

Ингридиенты/ Наименование продукции		Мясо без жил	Лук свеж.	Рис отварной	Капуста измел.	Грибы	Чернослив	Яичный порошок	Перец черный	Соль	Чеснок	Сухари панир.	Сыр	Прибыль
Оригиальные	X1	85,4	10					0,3	0,1	2	0,2	4		14,47143
Краснодарские	X2	60,6	10	25				0,3	0,1	2		4		13,57143
Воздушные	X3	60,6	10		25			0,3	0,1	2		4		12
Зразы с грибами	X4	64,6	10			25		0,3	0,1	2				13
Тефтели	X5	54,6	10		35			0,3	0,1	2				17,57143
Биточки	X6	79,6	6					0,3	0,1	2			8	18
Бифштекс	X7	89,6	10					0,3	0,1	2				14,42857
Шницель	X8	90					10		0,2	2	1,1			17,28571
Эскалоп	X9	87							0,2	2	1,1		23	23,85714
Потребность в лук.свеж.	X10		-1											
Потребность в рис.отвар.	X11			-1										
Потребность в капусте	X12				-1									
Потребность в грибах	X13					-1								
Потребность в черносливе	X14						-1							
Потребность в яичном порошке	X15							-1						
Потребность в чер.перце	X16								-1					
Потребность в соли	X17									-1				
Потребность в чесноке	X18										-1			
Потребность в панир.сухарях	X19											-1		
Потребность в сыре	X20												-1	
Знак		<	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	
Ресурсы		50 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

При помощи программы «АГРОС» и данных о рецептуре продукции предприятия ООО «Братец кролик» было рассчитано несколько вариантов экономико-математической модели переработки мяса кролика.

Главными целями работы являлось:

1. Подсчитать максимальную прибыль
2. Выявить потенциал предприятия
3. Разработать оптимальный продуктовый ассортимент.

Таблица 2

Вариантное решение экономико-математической модели по оптимизации переработки в ООО «Братец кролик»

Наименование	1 вариант	2 вариант	3 вариант
Оригиальные	0	30	11
Краснодарские	0	30	57
Воздушные	0	30	34
Зразы с грибами	0	30	100
Тефтели	549,4506	60	250
Биточки	0	89,3216	70
Бифштекс	0	30	42,5781
Шницель	0	30	72
Эскалоп	0	70	87

Проделанная нами работа показала, что 1 вариант является оптимумом данной экономико-математической модели, при которой производятся только «тефтели» и предприятие получает максимальную прибыль в размере 52964,08 руб. в месяц.

Но с точки зрения самой фирмы и растущим спросом на данную продукцию было бы лучше расширить свой ассортимент. Поэтому были разработаны еще два варианта, из которых был выбран самый выгодный для самой фирмы. Именно третья вариантная модель удовлетворяет ассортиментным составом и объемами производства не только саму фирму, но и потребности покупателей.

Проанализируя выбранную экономико-математическую модель были сделаны следующие выводы:

Возрастает потребность в некоторых видах продукции, а именно лук свежий – 21,463 кг, рис отварной – 5,7 кг, капуста – 38,4 кг, грибы – 10 кг, сыр – 10,2 кг, соль – 5,8 кг.

Прибыль уменьшается до 50264,36 руб., что не существенно отразится на дальнейшей деятельности предприятия.

Также с помощью экономико-математических моделей было выявлено, что для наращивания объемов производства продукции из мяса кролика необходимо увеличивать сырьевую базу организации.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И МАТЕМАТИКА

Жидкова И.С., Латыпов Р.М., Чанышев Р.Э.

Самарский государственный экономический университет, Самара, e-mail: zhidkova.irina.93@mail.ru

Согласно проведенным исследованиям различных публисцичиских источников мы установили, что коммерческая деятельность – совокупность процессов и операций, направленных на совершение купли-продажи товаров с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли.

«Коммерческая деятельность является неотъемлемой частью функционирования современных предприятий в рыночных условиях. Ключевым отличием коммерческой деятельности от прочих видов деятельности, является извлечение прибыли в процессе взаимоотношений между субъектами, которые реализуют свои действия через объекты торгового предприятия: основные производственные фонды (пассивные – здания, активные – оборудование) и товарно-материальные ценности.

С помощью математических методов в экономике и коммерческой деятельности становится возможным установление взаимосвязи между различными параметрами и факторами в производстве и реализации продукции, становится видна не только качественная, но и количественная сторона производственного цикла.

Необходимость использования математических методов диктуется тем, что последствия принимаемых решений могут касаться большого числа людей и быть связаны с огромными затратами. Поэтому степень ответственности, например, коммерсанта, значительно возрастает» [5].

«Использование математических методов в коммерческой деятельности связано со сбором необходимой информации коммерсантом, экономистом, финансистом, затем постановкой задачи вместе с математиком. Поскольку многие математические методы уже реализованы на компьютере в виде пакета стандартных программ, то доступ к ним обычно прост, автоматизирован и не составляет особых трудностей. В этом случае время решения задачи определяется в основном лишь временем ввода ее условий оператором в компьютер» [1].

Задачи коммерческой деятельности и методы их решения.

«Коммерция представляет собой сферу человеческой деятельности, включающую в себя большое количество разнообразия задач различной сложности, большинство которых сводится к решению таких задач, как распорядится имеющимися средствами (ресурсами) для достижения наибольшей выгоды или какое следует предпринять действие для получения возможно лучшего результата.

В процессе формулировки задач коммерческой деятельности следует учитывать особо форс- мажорные обстоятельства и реализм коммерческих внеплановых затрат: штрафы, обман, угрозы, воровство, грабежи, вымогательство, что негативно может отразиться на конечном результате, например, увеличением издержек при производстве продукции, что приведет к увеличению себестоимости продукции. Это может более объективно изложить содержание задачи и осуществить ее конкурентную постановку специалистами. Использование арсенала математических методов и моделей позволяет разработать оптимальные варианты решений задач коммерческой деятельности.

С точки зрения временного промежутка (горизонта планирования) можно различить задачи двух типов – задачу текущего производства (краткосрочная задача) и задачу перспективного развития (долгосрочная задача)» [3].

«Краткосрочная задача ставится на один производственный цикл – от начала производства товара до момента выхода фирмы со своим товаром на рынок. Здесь решается задача рационального использования уже имеющихся в распоряжении фирмы ресурсов, производственных мощностей, сырья, расходов на заработную плату. Поэтому математические модели краткосрочной задачи фирмы представляют собой оптимизационные задачи с ограничениями.

Долгосрочная задача охватывает период, достаточный для принятия и реализации крупномасштабных решений: наращивания или сокращения основных фондов, изменения структуры производства, определения долгосрочных инвестиций, страховок и др. Эти затраты непосредственно не зависят от объема текущего выпуска. Поэтому математические модели долгосрочной задачи фирмы являются задачами безусловной оптимизации» [2].

Математические модели и моделирование в коммерческой деятельности.

«Математическая модель – это математическое представление реальности.

Математическое моделирование – это процесс построения и изучения математических моделей.

Математические модели позволяют устанавливать взаимосвязи различных элементов экономики и коммерческой деятельности, наглядно представлять динамику развития производственного процесса» [4].

«Сущность построения математической модели состоит в том, что реальная система упрощается, схематизируется и описывается с помощью того или иного математического аппарата.

Интересной моделью является многоугольник конкурентоспособности (рисунок), показывающий соотношение различных показателей на плоскости, иногда его называют радаром или полигоном по аналогии с экраном радиолокатора. По каждой оси для отображения уровня значений каждого из исследуемых факторов используется определенный масштаб измерений, часто в виде балльных оценок. Изображая

на одном рисунке многоугольники конкурентоспособности для разных предприятий, можно провести анализ уровня их конкурентоспособности по разным факторам» [2].

Список литературы

1. Орлов А.И. Теория принятия решений Учебное пособие. – М.: Изд-во «Март», 2004. – С 12-14.
2. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2009. – С. 22.
3. Соловьев В.И. Методы оптимальных решений: учебное пособие. – М., 2012. – С. 40.
4. Тютюшкина Г.С. Основы коммерческой деятельности: Учебное пособие, 2006. – С. 52.
5. Фомин Г.П. Математические методы и модели в коммерческой деятельности: Учебник. – М.: Изд-во «Финансы и статистика», 2005. – С. 7-15.

ПРИМЕНЕНИЕ БАЛАНСОВЫХ МОДЕЛЕЙ В МАРКЕТИНГЕ. МЕЖОТРАСЛЕВЫЕ МОДЕЛИ В СИСТЕМЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Закирова Р.С.

Самарский государственный экономический университет, Самара, e-mail: zakirova-rita@inbox.ru

Статистические и динамические балансовые модели широко применяются для экономического моделирования экономических систем и процессов, в основе которых лежит балансовый метод, т.е. взаимное сопоставление имеющихся материальных, трудовых и финансовых ресурсов и потребностей в них.

Принципиальная схема МОБ производства и распределения совокупного общественного продукта в стоимостном выражении представлена в таблице.

В основу схемы положено разделение совокупного продукта на две части: промежуточный и конечный продукт. Всё народное хозяйство представлено в виде совокупности n отраслей (имеются в виду чистые отрасли), каждая из которых фигурирует в балансе как производящая и как потребляющая.

В балансе каждой отрасли материального производства соответствует отдельная строка и отдельный столбец. В матрице элементов, стоящих на пересечении n первых строк и n первых столбцов межотраслевого баланса содержится информация о межотраслевых потоках продукции. Каждый элемент этой матрицы показывает годовые затраты продукции одной отрасли на производство продукции другой отрасли.

Принципиальная схема межотраслевого стоимостного баланса

Отрасли	1	2	…	*j*	…	n	Итого	Конечный продукт	Валовой продукт
1	x_{11}	x_{12}	…	x_{1j}	…	x_{1n}	$\sum x_{1j}$	Y_1	X_1
2	x_{21}	x_{22}	…	x_{2j}	…	X_{2n}	$\sum x_{2j}$	Y_2	X_2
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
I	x_{i1}	x_{i2}	…	x_{ij}	…	x_{in}	$\sum x_{ij}$	Y_i	X_i
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
N	x_{n1}	x_{n2}	…	x_{nj}	…	x_{nn}	$\sum x_{nj}$	Y_n	X_n
Итого	$\sum x_{i1}$	$\sum x_{i2}$	…	$\sum x_{ij}$	…	$\sum x_{in}$	$\sum\sum x_{ij}$	$\sum Y_i$	$\sum X_i$
Чистая продукция	V_1	V_2	…	V_j	…	V_n	$\sum V_i$		
Всего	X_1	X_2	…	X_j	…	X_n	$\sum X_i$		

Величины x_{ij} (i=1,…n) характеризуют объёмы межотраслевых поставок материальных ресурсов, обусловленные производственной деятельностью отраслей материального производства. Каждая строка межотраслевого баланса отражает поставки продукции данной отрасли другим отраслям, т.е. каждая отрасль описывает распределение продукции конкретной отрасли.

Каждый столбец межотраслевого баланса описывает потребление продукции (производственные затраты) конкретной отраслью. Сумма величин x_{ij} по строкам для всех отраслей образует (n+1)-й столбец межотраслевого баланса, который помещается справа от матрицы межотраслевых потоков.

Сумма величин X_{ij} столбцам образует (n+1)-ю строку межотраслевого баланса, которая помещается снизу от матрицы межотраслевых потоков. На пересечении (n+1)-й строки и (n+1)-го столбца стоит величина $\sum\sum x_{ij,}$, которая равна сумме производственного потребления всех отраслей. Она представляет собой промежуточный продукт народного хозяйства.

Рассмотрим пример расчёта МОБ, состоящего из n отраслей, каждая из которых выпускает только один вид продукции, объёмом $X_1, X_2, X_3, \ldots, X_{n.}$

Объём поставки этого же продукта обозначим через x_{11}, для производства второго- x_{12} и т.д. конечный продукт первой отрасли соответственно обозначим через Y_1. Тогда валовый выпуск отраслей можно записать:

$$X_i=\sum x_{ij} + Y_i^{|x|}.$$

Каждое из слагаемых x_{ij} разделим на X_j и обозначим данное отношение через $a_{ij,}$ называемый коэффициентом прямых затрат. Если использовать матричную форму записи, то система уравнений межотраслевого баланса принимает вид:

$$X=AX+Y.$$

Помножив вектор X на единичную матрицу, соотношение можно преобразовать как

$$(E\text{-}A)X=Y.$$

После подсчёта коэффициентов прямых затрат получившееся соотношение можно использовать для анализа и планирования ирешить следубщие задачи:

определить объём валовой продукции отраслей $X_1, X_2, \ldots, X_n$ по заданным объёмам конечной продукцйии по формуле

$$X= (E\text{-}A)^{-1}\ Y;$$

определить объёмы конечного продукта отраслей $Y_1, Y_2, \ldots, Y_n$ по заданным объёмам валовой продукции $X_1, X_2, \ldots, X_n$ по формуле

$$Y = (E\text{-}A)X.$$

Одной из главных функций маркетинга является производственная, которая предполагает в первую очередь организацию материально-технического снабжения на основе анализа хозяйственных связей. Основным видом моделей согласования ресурсов и потребностей в материально-техническом снабжении являются балансовые модели.

Рассмотрим решение одной из задач маркетинга на основе модели межотраслевого баланса. В моделях межпродуктовых балансов в состав объёма конечной продукции Y_i количество продукции, направляемой на прирост запасов и резервов. Величина этого прироста по каждой продукции часто задаётся вне модели, что определяет общее количество продукции каждого наименования, идущее на прирост запасов, но не даёт возможности узнать, в каком объёме требуются для обеспечения непрерывности производства, какова оптимальная величина совокупных запасов для данной продукции.

Эти проблемы можно решить путём введения коэффициентов запасоёмкости, которые показывают, какое количество запаса продукции i-того вида необходимо при производстве единицы продукции j-того вида. Если Sij есть величина запаса продукции i-того вида, используемого для производства j-ой продукции, а Xj-общий объём производства j-щой продукции, то величину запасоёмкости можно определить по формуле:

$$S_{ij}=S_{ij}/X_i;\ j=1,\ldots,n.$$

На практике коэффициенты запасоёмкости можно рассчитать на основе статистических данных за предыдущие годы.

Если в схему межпродуктового баланса ввести показатели запасоёмкости, то уравнение примет вид:

$$X_i=\sum a_{ij}X_j+\sum s_{ij}X_j+Y;\ i=1,\ldots,n$$

Введя наряду с ранее использованными матричными величинами матрицу коэффициентов запасоёмкости $S=(s_{ij})$, можно вышеуказанную модель записать в матричном виде:

$$X=A*X+S*X+Y,$$

откуда выводится следующее соотношение:

$$X=(\text{T-}A\text{-}S)^{-1}*Y$$

Матрица $B_s=(E\text{-}A\text{-}S)^{-1}$ аналогична матрице B коэффициентов полных затрат, но наряду с прямыми и косвенными затратами включает также затраты запасов на единицу конечно продукции.

В дополнение к ранее принятым обозначениям T_j обозначим коэффициент прямых затрат труда в j-ой отрасли, через P_j – цену единицы j-ого продукта, через P_t – денежный эквивалент новой стоимости, созданной в единицу рабочего времени, через Vn-нормативную ставку оплаты единицы рабочего времени, через а-норму прибавочного продукта по отношению к необходимому. Тогда в балансе для каждого j-го продукта соблюдается равенство:

$$P_j=\sum a_{ij}P_j+t_jP_t;\ j=1,\ldots,n.$$

Данное соотношение представляет собой систему n линейных уравнений с (n+1) неизвестными. Задавая значение одной из неизвестных, можно определить все остальные цены, решая получившуюся систему уравнений любым из неизвестных методов.

Для величины Pt справедлива следующая формула:

$$P_t=V_n(1+\alpha).$$

Считая величину нормативной ставки оплаты единицы рабочего времени V_n известной, нормировать коэффициент α можно путём присоединения к системе уравнений $P_j=\sum a_{ij}P_j+t_jP_t;\ j=1,\ldots,n$ дополнительного (n+1)-го уравнения, используя объёмные показатели межотраслевого баланса. Полагая для простоты, что сумма доходов населения, не занятого в производственной сфере, равна нулю, уравнение можно записать в следующем виде:

$$V_n*\sum X_j*t_j=\sum P_j*Y_j.$$

Это уравнение отражает требование соответствия доходов населения и общей стоимости товаров конечного потребления.

Введём в рассмотрение коэффициенты распределения продукции:

$$H_{ij}=x_{ij}/X_i;\ j=1,\ldots,n.$$

Они показывают долю продукции ш-ой отрасли, выступающую в качестве текущих затрат на выпуск продукции j-ой отрасли.

Матрица коэффициентов распределения $H=(h_{ij})$ не зависит от изменения отраслевых уровней цен. Если обозначить через r_i индекс изменения цены продукции i-ой отрасли:

$$R_i=X_I^*/X_i=x_{ij}^*/x_{ij},$$

То очевидны такие равенства:

$$r_{ij}^*=x_{ij}^*/x_{ij}=r_i^*x_{ij}/r_i^*X_i=x_{ij}/X_i=h_{ij}...$$

для полностью сбалансированного межотраслевого баланса по столбцам первого и третьего квадрантов должны выполняться следующие соотношения:

$$X_j^*=\sum x_{ij}^*+Z_j^*;\ j=1,\ldots,n.$$

С учётом равенств $r_{ij}^*=x_{ij}^*/x_{ij}=r_i^*x_{ij}/r_i^*X_i=x_{ij}/X_i=h_{ij}...$ их можно переписать в следующем виде:

$$X_j^*=\sum X_j^{**}h_{ij}+Z_j^*;\ j=1,\ldots,n.$$

А можно дать и в матричных обозначениях:

$$X^*=X^{**}H+Z^*,$$

Где $X^*=(X_1^*,X_2^*,\ldots,X_n^*)$ есть вектор-строка валового выпуска отраслей в перспективных ценах, а $Z^*=(Z_1^*,Z_2^*,\ldots,Z_n^*)$ – вектор-строка условно чистого дохода в этих ценах.

Решение системы $X^*=X^{**}H+Z^*$ в матричном виде такого:

$$X^*=Z^*(E-H)^{-1},$$

где Е – единичная матрица, а матрица $(E–H)$–1 является обратной к матрице $(E–H)$. рассчитав валовые выпуски отраслей в перспективных ценах, можно получить индексы динамики отраслевых цен в сравнении с базисным годом:

$$r_j=X_J^*/X_J.$$

Существует другой метод расчёта отраслевых индексов динамики цен, основанный на модели прямого счёта. Здесь выполняются равенства:

$$x_{ij}^*=r_i^*x_{ij};\ X_j^*=r_j^*X_j.$$

Следовательно, систему уравнений $X_j^*=\sum X_j^{**}h_{ij}+Z_j^*;\ j=1,\ldots,n$ можно переписать в виде:

$$r_j^*X_j=\sum r_i x_{ij}+Z_j^*;\ j=1,\ldots,n.$$

Разделив левые и правые части уравнений на Xj, получим:

$$r_j=\sum r_j a_{ij}+Z_j^*/X_j;\ j=1,\ldots,n.$$

Обозначим через $r=(r_1,r_2,\ldots,rn)$ вектор-строку индексов динамики отраслевых перспективных цен, через $G=(g_1, g_2,\ldots,g_n)$ – вектор строку, компонентами которого являются величины $g_i=Z_j^*/X_j$. Тогда следующую систему можно написать в матричном виде

$$r=r^*A+G,$$

где А – матрица коэффициентов прямых материальных затрат.

Решение данного матричного уравнения такого

$$r=G^*(E-A)\text{-}1=G^*B,$$

где $B=(E-A)^{-1}$-матрица коэффициентов полных материальных затрат.

Рассмотрим конкретный пример. Планируется перейти на новые отраслевые цены таким образом, чтобы условно чистый доход в отраслях в этих ценах составил Z_1=179,0; Z_2=183,0; Z_3=300,0. Используя модель прямого счёта, надо определить индексы динамики отраслевых цен в сравнении с базисным годом, обеспечивающие достижение запланированных уровней условно чистого дохода во всех отраслях.

Находим матрицу коэффициентов полных материальных затрат $B=(E-A)^{-1}$. В данном случае она будет такой:

$$B=\begin{matrix}2{,}041 & 0{,}612 & 1{,}020\\ 0{,}816 & 2{,}245 & 0{,}408\\ 0{,}867 & 0{,}510 & 1{,}684\end{matrix}$$

Найдём величины валовой продукции трёх отраслей в действующих отраслевых ценах. Воспользовавшись результатами предыдущих расчётов, определяем, что X_1=775,3; X_2=510,1; X_3=729,6.

Находим составляющие вектора-строки G:

$$G_1=173{,}0/775{,}3=0{,}23;\ G_2=189{,}0/510{,}1=0{,}37;$$
$$G_3=300{,}0/729{,}6=0{,}41.$$

В соответствии с формулой $r=G^*(E-A)\text{-}1=G^*B$ искомые индексы динамики отраслевых цен в сравнении с базисным годом будут равны:

$$r=(0{,}23;0{,}37;0{,}41)^*\begin{matrix}2{,}041 & 0{,}612 & 1{,}020\\ 0{,}816 & 2{,}245 & 0{,}408\\ 0{,}867 & 0{,}510 & 1{,}684\end{matrix}=(1{,}13;1{,}18;1{,}08).$$

Таким образом, чтобы достичь запланированных уровней условно чистого дохода, отраслевые цены в трёх отраслях должны увеличиться соответственно на 13, 18, 8%.

Если сопоставить запланированные уровни условно чистого дохода с соответствующими уровнями этой величины в действующих отраслевых ценах, то можно определить, что при определённых выше индексах динамики отраслевых цен величина условно чистого дохода увеличится в трёх отраслях на 15, 23 и 3% соответственно. Это свидетельствует о тесной взаимосвязаности цен в межотраслевом (межпродуктовом) балансе.

АНАЛИЗ ОПТИМАЛЬНОГО РЕШЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ НА УСТОЙЧИВОСТЬ

Карпов А.А.

Самарский государственный экономический университет, Самара, e-mail: sashakarpov@bk.ru

Среди множества задач оптимизации особую роль в силу своей практической значимости играют задачи линейного программирования. Одной из распространенных задач является задача на оптимальное использование ресурсов. Рассмотрим задачу на оптимальный выпуск мороженного и дадим экономический анализ решения на устойчивость.

Фирма выпускает два вида мороженого: сливочное и шоколадное. Для изготовления мороженого используются два исходных продукта: молоко и наполнители, расходы которых на 1 кг мороженого и суточные запасы даны в таблице.

Исходный продукт	Расход исходных продуктов на 1 кг мороженого		Запас, кг
	Сливочное	Шоколадное	
Молоко	0,8	0,5	400
Наполнители	0,4	0,8	365

Изучение рынка сбыта показало, что суточный спрос на сливочное мороженое превышает спрос на шоколадное не более чем на 100 кг. Кроме того, установлено, что спрос на шоколадное мороженое не

превышает 350 кг в сутки. Розничная цена 1 кг сливочного мороженого 16 р., шоколадного – 14 р. Какое количество мороженого каждого вида должна производить фирма, чтобы доход от реализации продукции был максимальным?

Целевая функция будет иметь вид

$$L(\bar{x}) = 16x_1 + 14x_2 \to \max$$

при ограничениях:

$$\begin{aligned} &0{,}8x_1 + 0{,}5x_2 \leqslant 400,\\ &0{,}4x_1 + 0{,}8x_2 \leqslant 365,\\ &x_1 - x_2 \leqslant 100,\\ &x_2 \leqslant 350,\\ &x_1 \geqslant 0, \quad x_2 \geqslant 0. \end{aligned}$$

Решив задачу графически находим оптимальное решение: $x_{опт}$=(312,5;300) Фирма должна выпускать в сутки 312,5 кг сливочного мороженного и 300 кг шоколадного.

Проведем экономический анализ рассмотренной выше задачи:

Рассмотрим увеличение ресурса по молоку. Получим предельно допустимый суточный запас молока: = 432,1 кг. Предельно допустимый суточный запас наполнителей можно увеличивать до значения 392,5 кг. Не изменяя оптимальное решение правую часть ограничения можно уменьшать до величины 312,5–300=12,5 кг.

При неизменном оптимальном решении разница в покупательском спросе на сливочное и шоколадное мороженое может изменяться в диапазоне от 12,5 до 500 кг.

ПРОЦЕССЫ ИНТЕГРАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Короткова К.В.

Филиал Самарского государственного экономического университета, Сызрань, e-mail: xenia.korotkova@yandex.ru

Математика начинается везде, где нам удается достаточно четким образом обрисовать интересующую нас жизненную ситуацию. В современном обществе компьютерных технологий и прогресса новые пути и решения затронули практически все сферы человеческой жизни. Не осталась в стороне и образовательная сфера, где в настоящий момент широкое распространение получает интеграция дисциплин, сращивание разных областей знаний, их взаимопроникновение. [1] Существует множество мнений по вопросу интегрированного преподавания. Рассмотрим положительное влияние интеграции гуманитарных (литературы) и естественных (математики) наук на примере изучения романа А.С. Пушкина «Евгений Онегин».

Поэзия отличается от прозы более высоким и гармоничным уровнем организации художественной формы. А.С. Пушкин соединил все простейшие типы строфической симметрии – три типа четверостиший и единственный тип двустишия – в своей знаменитой «онегинской» строфе, структурная формула которой имеет вид: AbAb CCdd EffE gg. [3]

Ритм «онегинской» строфы несет глубокую смысловую нагрузку. Четыре формообразующих элемента строфы – это, как правило, и четыре содержательных элемента: тема – развитие – кульминация – афористическая концовка. Еще одна характерная особенность «онегинской» строфы – это три героя (Онегин, Читатель и Автор), три ритмических маркера и – классический сонетный ритм, одновременно являющийся и гармоническим ритмом «онегинской» строфы.

Еще одним примером может послужить рассмотрение системы образов романа «Евгений Онегин», их связь с авторскими отступлениями и его композиции с помощью гексаграмм, октограмм и чисел Фибоначчи.

Так, система образов романа являет собой гексаграмму (рис. 1), составленную из двух противоположно направленных друг другу равносторонних треугольников. Три главных героя распределяются по вершинам нижнего треугольника. Автор помещается в центре внутреннего шестиугольника. Треугольник с вершиной вниз – женский символ, поэтому нижняя вершина соответствует героине. По вершинам треугольника с вершиной вверх распределяются авторские отступления: лирические зарисовки, философские раздумья и описание природы. Три главных героя объединены в единый треугольник, так как они представляют дворянство России *I* половины 19 века и являют собой определённые нравственные, духовные литературные типы. Все три героя объединены ещё одним действующим лицом – Автором, который делится с читателями своими мыслями и чувствами, рассуждает о нравах и морали общества. Эта же схема поможет наглядно показать тесную взаимосвязь героев между собой.

Рис. 1. Гексаграмма

К примеру, дуга Татьяна-Онегин проходит через вершину «Лирические зарисовки». Действительно, большинство лирических отступлений вызвано размышлениями автора, связанными с чувствами и поступками этих героев.

Композицию романа можно представить в виде октограммы (рис. 2), восьмилучевой звезды, лучи которой соединены линиями между собой. В центральном малом квадрате размещается Автор – повествователь, так как Автор присутствует в каждой из восьми глав и как действующее лицо, и как сторонний наблюдатель, и как сопереживающий героям свидетель.

Эта геометрическая фигура олицетворяет созидание и плодородие. Роман «Евгений Онегин» созидает непреходящие человеческие ценности – Любовь и Верность. Для того чтобы показать, каким образом числа Фибоначчи (Числовая последовательность 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55 ..) связаны со структурой и содержанием романа, все восемь лучей обозначаются цифрами по порядку, соответствующими главам романа. Числа Фибоначчи в последовательности глав представлены следующим образом: глава 3 – письмо; глава 8 – письмо; глава 5 – сон. На чертеже наглядно видно, как глава 8 соединяется прямыми с главами 3

и 5. Это позволяет выявить роль и взаимосвязь ключевых глав: 3,5 и 8.

Здесь наблюдается основной принцип романа – симметрия и параллелизм.

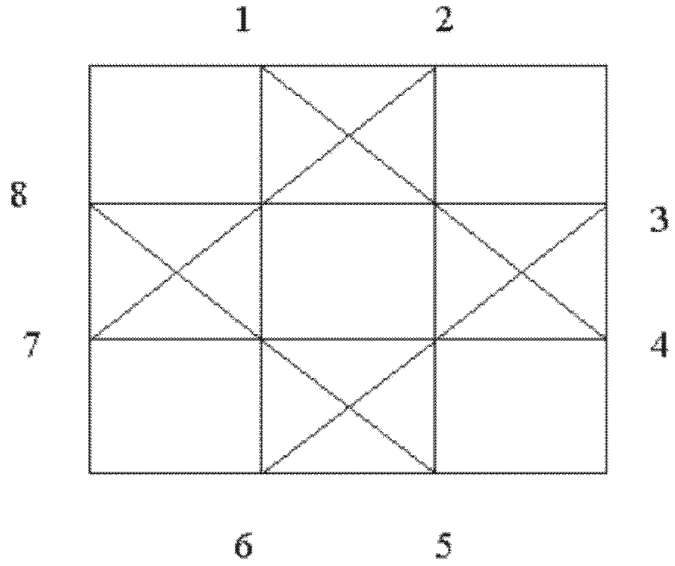


Рис. 2. Октограмма

Симметрия выражается в повторении одной сюжетной ситуации в главах 3 и 8 (встреча – письмо – объяснение). Глава 5 занимает особое место в композиции романа. Если глава 3 – это завязка в композиции романа (знакомство Татьяны и Онегина), то глава 8 – развязка (расставание). Глава 5 – своеобразное предсказание кульминации и развязки. В пятой главе есть вещий сон Татьяны. В нём – предсказание кровавой развязки поединка между Онегиным и Ленским. Числа Фибоначчи ещё раз встречаются в композиции романа следующим образом: первая, седьмая и восьмая главы – всего 3 главы – описывают события в двух столицах – в Москве и Петербурге. Остальные 5 глав – в деревне.

В главе 7 – 55 строф (число Фибоначчи). Ещё на одно число Фибоначчи достаточно значимо в структуре романа – 21. В каждой из глав находится 21 строфа, завершающие строки которой имеют решающее значение для героев. К примеру, 21 строфа 3 главы, где Татьяна решается первой признаться в любви Онегину, написав письмо и презрев условности света. Именно этот момент и становится отправной точкой всех дальнейших событий романа.

Таким образом, изучение структурного содержания романа в тесной взаимосвязи с математическими основами позволяет глубже понять проблематику произведения и его идейное содержание. Облегчить восприятие некоторых тем и моментов, мало знакомых современному читателю.

Список литературы

1. Беньковская Т.Е. Литература в условиях интеграции // Литература: учеб.-метод.прил. к газ. «Первое сентября». – 2010. – №7.– С. 22-23.

2. Волошинов А.В. Математика и искусство / А.В. Волошинов. – М.: Изд-во «Просвещение», 2000

3. Никишов М.Ю. Онегинская строфа: источник и поэтика // Филологические науки. – 1992. – № 2. – С. 45-46.

ЛИНЕЙНЫЕ МОДЕЛИ ОБМЕНА

Никитина Е.К.

Самарский государственный экономический университет, Самара, e-mail: nikitina_nv@mail.ru

Аппарат линейной алгебры может быть использован для построения микроэкономических моделей, а именно отыскание собственных чисел и собственных векторов квадратной матрицы.

При исследовании различных экономических ситуаций возникает необходимость рассматривать матрицу обмена и находить ее собственные векторы.

Рассмотрим задачу о равновесии цен в простой модели обмена.

Пусть имеется система из n отраслей производства, каждая из которых выпускает продукцию одного вида. Примем за единицу объем продукции каждой отрасли в рассматриваемом периоде. Обмен продукцией происходит только внутри системы (экономика замкнута) и известна матрица А:

$$A = \begin{pmatrix} \alpha_{11} & \alpha_{12} & \cdots & \alpha_{1n} \\ \alpha_{21} & \alpha_{22} & \cdots & \alpha_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ \alpha_{n1} & \alpha_{n2} & \cdots & \alpha_{nn} \end{pmatrix}, \qquad (1)$$

где α_{ij} – доля продукции j-й отрасли, которая поступает в i-ю отрасль.

Ясно, что для матрицы А выполнены два условия:

$$\alpha_{ij} \geq 0,\ I = 1,2,\ldots n;$$

$$\sum_{i=1}^{n} \alpha_{ij} = 1,\ j = 1,2...n.$$

Второе условие вызвано тем, что вся продукция *j*-ой отрасли предназначена для обмена внутри системы. Матрица (1), для которой выполнены условия 1 и 2, называется матрицей обмена. Требуется установить такие цены на продукцию каждой отрасли, при которых вся система находится в равновесии, т.е. ни одна отрасль не обогащается за счёт другой.

Пусть x_i – цена одной единицы продукции *i*-й отрасли, а $\overline{x} = (x_1, x_2 ..., x_n)$ – вектор цен. Тогда расход *i*-й отрасли, т.е. стоимость всей закупаемой ею продукции, таков: $\sum_{j=1}^{n} \alpha_{ij} x_j$.

Чтобы отрасль могла развиваться, её расход не должен превышать дохода, который равен стоимости произведённой ею продукции, т.е. x_i:

$$\sum \alpha_{ij} x_j \le x_i, \quad i = 1, 2, ..., n. \qquad (2)$$

Если искомые равновесные цены существуют, то система неравенств (2) выполняется для них как система равенств: $\sum_{j=1}^{n} \alpha_{ij} x_j = x_i^0, \quad i = 1, 2, ..., n.$

Таким образом, задача свелась к следующему:

1. выяснить, является ли число λ=1 собственным числом матрицы обмена А;

2. если да, то найти соответствующий этому собственному числу полуположительный собственный вектор матрицы А.

Для того чтобы число λ=1 было собственным числом матрицы обмена А, необходимо и достаточно, чтобы выполнялось равенство $|A - E| = 0$.

Итак, число 1 является собственным числом матрицы обмена и для отыскания соответствующего ему собственного вектора следует найти полуположительное решение однородной системы (А – Е) $\overline{x} = \overline{0}$. Найденный полуположительный вектор $\overline{x}$ является искомым вектором равновесных цен.

Рассмотрим пример: экономическая система состоит из трёх отраслей производства, каждая из которых выпускает один вид продукции. Обмен внутри системы происходит в соответствии с данной матрицей обмена

$$A = \begin{pmatrix} 0,2 & 0,3 & 0,6 \\ 0,4 & 0,5 & 0,1 \\ 0,4 & 0,2 & 0,3 \end{pmatrix}.$$

Найдем вектор равновесных цен. Составим однородную систему линейных уровнений (А-Е) $\overline{x} = \overline{0}$:

$$\begin{cases} -0,8x_1 + 0,3x_2 + 0,6x_3 = 0 \\ 0,4x_1 - 0,5x_2 + 0,1x_3 = 0 \\ 0,4x_1 + 0,2x_2 - 0,7x_3 = 0 \end{cases}$$

Решив её, получим:

$$x_1 = \frac{33}{28} x_3; \; x_2 = \frac{8}{7} x_3; \; x_3 \in \mathrm{R}, \text{или} \quad \overline{x} = a(33, 32, 28).$$

Полагая $a > 0$, находим равновесные цены на продукцию каждой отрасли: x_1=33a; x_2=32a; x_3=28a, где а можно трактовать как множитель, связанный с денежной единицей.

Другая экономическая модель, где решается математическая задача того же вида, – это **модель международной торговли.** Рассмотрим систему из *n* стран, торгующих только друг с другом (т.е. система замкнута). Известна матрица $A = (\alpha_{ij})_{n,n}$, где α_{ij} – доля средств *j*-й страны, затрачиваемая на импорт из *i*-й страны. Матрица А является матрицей обмена (1), т.е. $\alpha_{ij} \ge 0 (i - 1, 2, ..., n; \; j = 1, 2, ..., n)$ и $\sum_{i=1}^{n} \alpha_{ij} = 1 \quad (j = 1, 2, ..., n)$.

Требуется найти первоначальное распределение средств между странами, обеспечивающее равновесие всей системы, т.е. такое положение, при котором в каждой стране после каждого цикла обмена остаётся столько же средств, сколько было до обмена.

Пусть x_i – количество средств *i*-й страны, т.е. вектор $\overline{x} = (x_1, x_2, ..., x_n)$ описывает искомое распределение средств. Ясно, что надо найти вектор $\overline{x}$, удовлетворяющий условиям

$$\begin{cases} A\overline{x} = \overline{x}, \\ \overline{x} \ge 0. \end{cases}$$

Ранее было показано, что число 1 есть собственное число матрицы обмена *A* и что существует полуположительный собственный вектор $\overline{x}$ матрицы *A*, соответствующий этому собственному числу. Вектор $\overline{x}$ и является искомым первоначальным распределением средств. Система при этом будет находиться в равновесии, т.е. расход каждой страны в каждом цикле обмена совпадает с её доходом от экспорта и не изменяется от цикла к циклу.

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ООО «МОЗАИКА»

Попова В.А., Зенченко М.С.

Самарский государственный экономический университет, Самара, e-mail: popova_valeriya_92@rambler.ru

Экономико-математическое моделирование представляет собой процесс выражения экономических явлений математическими моделями. Экономическая модель – это схематичное представление экономического явления или процесса с использованием научной абстракции, отражение их характерных черт. Математические модели – основное средство решения задач оптимизации любой деятельности. По своей сути эти модели – средство плановых расчетов. Математическое моделирование экономических явлений и процессов дает возможность получить четкое представление об исследуемом объекте, охарактеризовать и количественно описать его внутреннюю структуру и внешние связи.

Общество с ограниченной ответственностью «Мозаика» расположено в Самарской области, село Большая Глушица. Основной вид деятельности исследуемого предприятия – производство хлебобулочных и кондитерских изделий.

В состав предприятия входят два цеха: хлебобулочный и кондитерский. На данный момент предприятие выпускает более 100 наименований хлебобулочной и кондитерской продукции. Специалисты предприятия проводят большую работу по расширению ассортимента и улучшению его качества.

За 2012 год ООО «Мозаика» произвела продукции 720 тонн хлебобулочных изделий. Выручка от продажи продукции составила 23 534 тыс. рублей.

Расчет оптимального производства продукции хлебобулочного цеха позволил определить оптимальное сочетание объемов производства различных видов хлебобулочных изделий, обеспечивающих максимальную величину прибыли.

Экономико-математическая модель по оптимизации производства хлебобулочных изделий в ООО «Мозаика»

	Наименование	Хлеб 0,55 кг	Хлеб столичный	Хлеб "Украинский"	Хлеб боярский	Хлеб заварной	Хлеб финский	Хлеб тостовый	Хлеб отрубной	Батон пражский	Батон горчичный	Багет	Булочка веснушка	Булочка ванильная	Любава булочка	Плетёнка	знак	запас ресурсов
		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15		
1	Дрожжи сухие							2,3						0,7			=	1697,5
2	Дрожжи пресованные	5,3	5,3	4,1	7,8	2,5	4,3		4	2,3	4,6	4	0,4		1,8	3,3	=	50034,1
3	Изюм												2,8				=	1120
4	Картофельные хлопья						18										=	2700
5	Клейковина				6,9	10						4,5		1,3			=	4514,8
6	Кориандр (молотый)					1				0,8							=	216
7	Маргарин							11,4				2,5	3,7	3	2,7	3,5	=	12235
8	Масло горчичное										6,8						=	2856
9	Масло растительное								5		6,8			3	2,7	3,5	=	7776
10	Меланж													4			=	2800
11	Молоко сухое											5,2					=	1248
12	Мука 1с		137,8	224						125							=	404034
13	Мука в/с	382	177,8		187,5	137,5	100	280	190		224	225	45	65,5	59	285	=	3045271
14	Мука ржаная		35,5	89,5	93,8	65	66,7			16,7							=	158104
15	Отруби								10								=	1500
16	Повидло					10											=	1200
17	Сахар					10		8,6	5	8,3	9	10	4,2	11,5	5,3	16,7	=	30973
18	Сгущенка вареная														20		=	6000
19	Семя подсолнечника				31,3												=	6009,6
20	Сироп сахарный				9,4		33,3										=	6799,8
21	Смесь для хлеба				31,3												=	6009,6
22	Солод экстаркт (жидкий)				2,8												=	537,6
23	Соль	5,8	6	6	5,6	3,8	3	5,7	2,4	2,2	3,4	3,8	0,4	0,9	0,8	4,3	=	57720,7
24	Улучшиетель "Экстра-Р"				4,7		1,7			2,3							=	1433,4
25	Улучшитель "КБ-1"								0,4									60
26	Улучшитель "Крепь"	1,1	1,1								0,7			0,2			=	8601,5
27	Улучшитель "Мажемикс ржанкобъем"				0,9	0,8											=	268,8
28	Улучшитель "Мажемикс синий"							2,3									=	1207,5
29	Улучшитель "Олимпия Софт"												0,4				=	160
30	Улучшитель "Оскар"											1,1					=	264
31	Улучшитель "РЖ-БИО"			0,08												0,1	=	86,4
32	Улучшитель "Универсальный"														0,1		=	30
33	Улучшитель оригинальный					0,6	0,8										=	192
34	прибыль	6	4	7	2	3	4	7	4	3	7	7	2	3	3	5		

На основании полученных результатов, мы определили, что достигнуто оптимальное сочетание объемов производства различных видов хлебобулочных изделий, обеспечивающих максимальную величину прибыли. В результате расчетов, необходимо производить в сутки следующие объемы: Хлеб в. с. 0,55 кг 5625 шт., Хлеб столичный – 1800 шт., Хлеб «Украинский» – 630 шт., Хлеб боярский – 192 шт., Хлеб заварной – 120 шт., Хлеб финский – 150 шт., Хлеб тостовый – 525 шт., Хлеб отрубной – 150 шт., Батон пражский – 120 шт., Батон горчичный – 420 шт., Багет – 240 шт., Булочка веснушка – 400 шт., Булочка ванильная – 700 шт., Любава булочка – 300 шт., Плетёнка – 360 шт.

При поддержании темпов производства на заданном уровне, объем выпуска хлебобулочной продукции в год составит 1934 тонн. Предприятие получит годовую прибыль в размере 22161 тыс. рублей.

Полученная модель предложена директору ООО «Мозаика» для рассмотрения. Внедрение данной модели позволит увеличить объем выпуска продукции и прибыли на предприятии в 2,5 раза.

ОБОСНОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ИНВЕСТИРОВАНИЮ НА ОСНОВЕ СТАТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Сальникова О.М.

Самарский государственный экономический университет, Самара, e-mail: wonderful_life92@mail.ru

Инвестиции – это денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, имеющее денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения определенного полезного эффекта. Инвестиции имеют множество разновидностей: по критерию «объект инвестиций» различают финансовые, реальные (машины, здания, транспорт и др.) и нематериальные инвестиции; по критерию «причина инвестиций» различают инвестиции по созданию предприятий, текущие инвестиции (по замене изношенного и устаревшего оборудования) и дополняющие инвестиции (на расширение производства, рационализацию производства, процессов и технологий, инвестиции по обеспечению безопасности); по критерию «сфера

инвестиций» различают инвестиции в сферах запасов (закупок), производства, сбыта, управления, кадров, исследований и разработок; по степени влияния на управление предприятием различают инвестиции стратегического и нестратегического характера и т.п.

Модель принятия решений при выборе инвестиционных объектов обычно содержит следующие элементы: цели, альтернативные модели, состояние внешней среды, функции результативности.

В модель принятия решений может быть включена лишь одна целевая функция, либо несколько целей.

Следует отметить, что при решении инвестиционных проблем могут иметь место различные целевые функции, факторы влияния и варианты принятия решения. Поэтому при создании моделей не могут быть учтены все цели, альтернативы, факторы влияния, ограничения и взаимосвязи. Например, в рамках стратегического инвестиционного планирования преследуется цель создания потенциала успеха. Достижение данной целевой функции очень сложная и трудоемкая работа, которая, в частности, связана с расчетом и количественным отражением факторов влияния. Все факторы в отдельных случаях учесть невозможно. Для одноразовых инвестиций наиболее приемлемы интуитивные методы, но они менее надежны, чем методы анализа моделей.

При принятии инвестиционных решений заслуживают внимания статические модели принятия единичных решений в условиях определенности. В данных моделях различают: абсолютную выгодность, если предпочтение отдается инвестициям вместо альтернативы отказа от них; и относительную выгодность, если *i*-й инвестиционный объект самый предпочтительный из группы взаимоисключающих объектов по определенным критериям (виду, объему капиталовложений, сроку эксплуатации и др.).

Рассмотрим статическую модель принятия решений о выгодности инвестиций при одной целевой функции. В данной модели рассмотрим определенный срок эксплуатации объекта инвестирования (12 лет), а в качестве целевой функции выделим издержки. Оценка выгодности инвестиций с помощью метода издержек может быть сформулирована с помощью следующего правила: объект инвестиций абсолютно (относительно) выгоден, если его издержки ниже затрат при альтернативе отказа от инвестирования на любой другой предлагаемый на выбор объект.

Для изготовления новой марки велосипеда и освоения производства требуются инвестиции в цеха № 3 и № 4, состав которых представлен данными таблицы.

Альтернативой инвестированию выступает закупка рам для новой марки велосипеда со стороны (альтернатива С) по цене 12 руб./ед. Проведем сравнительный учет и анализ затрат для принятия окончательного решений по инвестированию.

Сравнительная характеристика альтернатив инвестирования

Основные показатели	Объект А	Объект В
Затраты на приобретение, тыс.руб.	480	1 200
Срок эксплуатации, лет	12	12
Выручка от ликвидации, тыс.руб.	0	120
Максимум объема пр-ва, тыс.ед./год	160	200
Оплата труда упр. персонала, тыс.руб./год	100	100
Прочие постоянные издержки, тыс.руб./год	80	320
Заработная плата рабочих, тыс.руб./год	440	160
Сырье и материалы, тыс.руб./год	800	900
Прочие переменные издержки, тыс.руб./год	60	60
Расчетная процентная ставка, %	10	10

Переменные издержки (ПерИ) для вариантов А и В соответственно определяются, как сумма затрат на сырье, зарплату и прочих переменных затрат:

ПерИ А (Х=160 000) = 800 + 440 + 60 = 1 300 т. р./год;
ПерИ В (Х=200 000) = 1 120 т. р./год

Пересчитаем переменные издержки объекта В для объема по варианту А.

ПерИ В (Х=160 000) = 1 120 · 160/200 = 896 т. р./год

Постоянные издержки включают расходы на оплату труда управленческому персоналу, амортизационные отчисления, выплаты по процентам и прочие постоянные издержки. Среднее амортизационное отчисление (САО):

САО = (Закупочная цена – Выручка от ликвидации)/Срок эксплуатации

САО А= (480 – 0)/12 = 40 т. р./год; аналогично:

САО В = (1 200 – 120)/12 = 90 т. р./год

Показатель средних затрат капитала определим по формуле:

СЗК = (480 – 0)/2 = 240 т. р./год

Проценты для варианта А при заданной процентной ставке в 10% составляют в среднем

40 · 0,1 = 4 т. р./год.

Для варианта В соответственно имеем:

СЗК = (1 200 + 120)/2 = 660 т. р./год, а средняя величина процентов для варианта В составляет:

660 · 0,1 = 60 т. р./год.

Далее определим средние величины совокупных постоянных издержек (СВСПИ) по вариантам инвестиций:

СВСПИ А = 100 + 80 + 40 + 4 = 224 т. р./год;

аналогично: СВСПИ В = 576 т. р./год

Тогда средняя величина совокупных издержек (СВСИ) при объеме выпуска 160 тыс.ед./год по вариантам инвестиций А и В равна:

СВСИ А = 1 300 + 224 = 1 524 т. р./год;

аналогично: СВСИ В = 1 472 т. р./год.

Для варианта С (приобретение со стороны) по цене 12 руб./ед. для объема производства 160 тыс. ед./год получим:

СВСИ С = 12 · 160 000 = 1 920 т. р./год.

Проведя сравнение вариантов инвестиций, видим:

СВСИ В<СВСИ А<СВСИ С

Таким образом, альтернатива В является наиболее предпочтительной по сравнению с альтернативами

А и С. Более низкие затраты варианта В будут способствовать росту выручки, прибыли, повышению уровня рентабельности производства. Кроме того относительно низкая себестоимость изделий варианта В позволит иметь возможность снижать цены на производимую продукцию, что повысит спрос на продукцию, будет создавать условия для роста объема производства и повышения деловой репутации предприятия.

Список литературы

1. Шелобаев С.И. Математические методы и модели – ЮНИТИ. – 2001.

ЛИКВИДНЫЕ ВЛОЖЕНИЯ

Самир Э.Ш.

Филиал Самарского государственного экономического университета, Сызрань, e-mail: nucha01@yandex.ru

Неотъемлемым явлением экономической жизни любого государства является инфляция. Инфляционные процессы есть причина уменьшения покупательной способности национальной валюты. Данный факт служит одной из наиболее актуальных причин финансовых вложений физических лиц. По данным Росстата средний уровень инфляции за последние 5 лет составлял 11,4%, а ставки по депозитам в среднем 8,8%. [1] Свободные деньги нужно инвестировать для получения прибыли. На сегодняшний день более 31% граждан РФ имеют денежные сбережения [3], при этом 28% населения занимаются данной деятельностью без определенной цели [2].

Проблемой для физических лиц становится поиск оптимального варианта инвестирования с целью получения максимальной прибыли. На рынке финансовых услуг физическим лицам предлагаются следующие варианты капиталовложений: фондовый рынок, FOREX, паевой инвестиционный фонд (ПИФ), общие фонды банковского управления (ОФБУ), доверительное управление (ДУ), обезличенный металлический счета (ОМС). Рассмотрим особенности каждого из них.

ПИФы представляют собой коллективный финансовый инструмент. Он позволяет на условиях пайщика с помощью специализированной управляющей компании (УК) вкладывать деньги в различные отрасли инвестиционной деятельности, которая контролируется государственной Федеральной службой по финансовым рынкам. [4] Принцип работы заключается в том, что УК создают ПИФы и инвестируют вложенные деньги в ценные бумаги или иные активы. Если в результате управления средствами пай растет в цене, инвесторы получают доход, если падает – убыток. Для того чтобы минимизировать риски инвестиционной деятельности нужно серьезно подойти к выбору управляющей компании и найти подходящий именно вам по соотношению риска и доходности ПИФ. Альтернативой ПИФу выступают ОФБУ, в котором управление осуществляет банк, а не УК**.** Инвестирование производится в ценные бумаги, иностранную валюту, природные драгоценные камни и драгоценные металлы, производные финансовые инструменты в соответствии с инвестиционной декларацией, регламентирующей состав и процентное соотношение активов ОФБУ. Для обслуживания ОФБУ используется уже имеющаяся инфраструктура банка (нет необходимости в стороннем депозитарии, регистраторе, аудиторе), что снижает издержки инвесторов в сравнении с ПИФами. Деятельность и результаты работы банка по управлению активами ОФБУ жестко контролируются Центральным Банком России, который допускает к управлению деньгами инвесторов только финансово стабильные банки.

Кроме этого, банки предоставляют услугу ОМС, выступающим по процедуре открытия альтернативой банковским депозитам. Особенностью является то, что деньги будут переводиться в соответствующий эквивалент драгоценных металлов (золото, серебро и др.), минимизация издержек на хранения, отсутствие НДС (18%) и прямая зависимость от котировок на драгоценный металлы.[5] Однако банк сам устанавливает котировки, которые немного отличаются от официальных, плюс взимается подоходный налог с физических лиц.

Следующим вариантом инвестирования является фондовый рынок. Он является одним из основных сегментов финансового рынка, где и происходит купля/продажа ценных бумаг (акций, облигаций). Вложения в акции российских (и зарубежных) предприятий является одной из самых прибыльных и рискованных форм инвестиций. Риск заключается в динамике (росте и падении) рыночной стоимости акции. Особенностью такого рынка является то, что все ценные бумаги находятся в свободном обращении на рынке. Инвестор может полностью или частично вернуть вложенные деньги, продав бумаги, а так же получая дивиденды. Что касается издержек, то существуют прямые затраты на совершение сделок, которые равны 1-3% от стоимости ваших активов. Минимизировать издержки можно путем выбора брокерской компании с минимальными комиссионными.

Для физических лиц, не имеющих достаточно глубоких знаний игры на фондовом рынке, существует вариант доверительного управления. ДУ оказывают профессиональные участники финансового рынка, имеющие на это лицензию Федеральной службы по финансовым рынкам. Отличительной особенностью данного варианта инвестирования является высокий стартовый капитал. За свои услуги они взимают определенную плату, равную от 10-30% от чистой прибыли, но вероятность увеличения денежных средств высока. Диверсификация (разложение) средств инвестиционного портфеля в различные финансовые инструменты позволяет инвестору минимизировать риски. Кроме финансовых инструментов можно инвестировать в недвижимость (офисы, новостройки и др.). Привлекательностью данного инвестирования является самоокупаемость и положительный тренд развития уровня цен, но не высокая ликвидность.

Стоит упомянуть о рынке валютных операций (Forex). Он позволяет заработать большую прибыль на изменение курсов валют. Отличительной особенностью данного варианта инвестирования является не высокий стартовый капитал (от 100$ и выше), однако данный вид инвестиций требует глубоких аналитических знаний и, следовательно, прибыльным является лишь для узкого круга лиц.

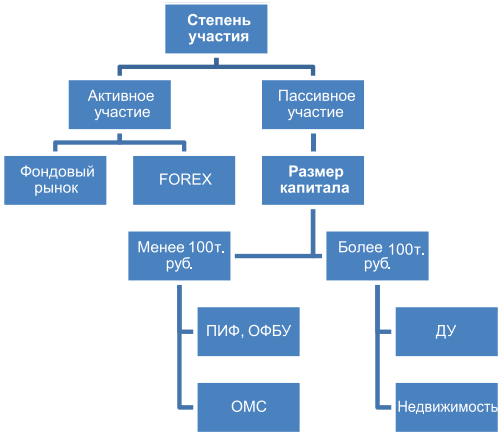


Схема. Выбор варианта инвестирования

Выявленные особенности рассмотренных вариантов инвестирования позволяют разделить физических лиц на пассивных и активных участников, а так же на крупных и мелких инвесторов. На основе этих параметров предлагается выбор варианта инвестирования (схема 1).

Список литературы

1. http://www.troika.ru/rus/PI/why_invest.wbp
2. http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=111858
3. http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/doc3-1-2.htm
4. http://www.solid.ru/fin/trust/ofbu/solid/
5. http://mazanov.biz/metallicheskij-schet-vse-za-i-protiv.html

МОДЕЛЬ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ ПУНКТОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Севастьянова С.А., Фомина О.В.

Самарский государственный экономический университет, Самара, e-mail: fominaov92@gmail.com

Задачи территориального размещения объектов возникают, например, в тех случаях, когда требуется оптимизировать сеть пунктов массового обслуживания населения. Таковыми могут быть предприятия розничной торговли, общественного питания, бытового обслуживания, почтовые отделения, станции скорой помощи, бензозаправочные стации и т.п. С одной стороны, количество пунктов должно быть минимизировано с целью сокращения расходов на их обслуживание, транспортных затрат и т.д. С другой, требуется максимально удовлетворить спрос населения на услуги пунктов сети, обеспечив доступность этих объектов. В этой ситуации можно составить задачу с двумя взаимосвязанными целевыми функциями.

Предположим, что вся территория может быть формально разделена на n районов. Пусть первоначально необходимо рационально разместить один пункт обслуживания. Имеется несколько возможных вариантов размещения пункта обслуживания: A_j, $j=\overline{1;m}$, Количество потенциальных клиентов в каждом районе обозначим L_i, $i=\overline{1;n}$. Среднее время доступа к j-й точке обслуживания от i-го района обозначим t_{ij}. В практической интерпретации задается матрица доступности районов. Тогда оптимальный вариант расположения точки обслуживания характеризуется условием минимизации общего времени, затраченного потенциальными клиентами прикрепленных районов на прибытие в пункт обслуживания A_j: $\sum_{i=1}^{n} l_i t_{ij} \to \min$. При этом производительность работы пункта A_j определяется условием $V = p\sum_{i=1}^{n} L_i$, где p – норма потребления услуги на одного клиента.

Дополнительные условия модели связаны с ограничением дальности расположения пункта обслуживания. Пусть задана нормативная длительность пути к пункту обслуживания t_i. Тогда вариант размещения будет считаться допустимым, если $t_{ij} \le t_i$. В противном случае вариант размещения считается недопустимым для i-го района. Этот район называется обособленным и исключается из рассмотрения. В практической реализации этот шаг реализуется через вычеркивание из матрицы доступности строк, для которых условие допустимости не выполнено. Для оставшихся районов выполняется пересчет оптимального расположения пункта обслуживания и определяется номер варианта размещения, при котором критерий минимальности суммарного времени пути будет выполнен. Производительность предприятия при этом может быть уменьшена: $V = p\sum_{i=1}^{n}(L_i - L_{\text{обособл}})$. Для обособленных районов возможно, например, размещение второго предприятия.

Представленная основа модели может быть дополнена различными условиями, как например: пропускная способность пункта обслуживания, величина предприятия и т.д. Одним из возможных направлений усложнения модели также является введение дополнительных целевых функций.

Список литературы

1. Кобелев Н.Б. Основы имитационного моделирования сложных экономических систем: учеб. пособие. – М.: Дело, 2003.
2. Сосунова Л.А., Тойменцева И.А. Экономико-математические методы выбора оптимальной стратегии управления предприятиями сферы услуг // Экономические науки. Научно-информац. журнал – М.: Изд-во Экономические науки. – 2011. – № 4(77).

МОДЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

Торхов А.П.

Самарский государственный экономический университет, Самара, e-mail: andreytorhov@rambler.ru

Пусть имеется n различных товаров. Обозначим некоторый набор товаров n-мерным вектором. $\overline{X} = (X_1, X_2, ..., X_i, ..., X_n)$, где X_i – количество i-го товара в наборе.

Считается, что любой потребитель может сказать о двух произвольных наборах, какой из них ему наиболее желателен или что он не видит разницу между наборами. Примем, что на множестве потребительских наборов определена функция

$$U(\overline{X}) = U(X_1, X_2, ..., X_i, ..., X_n),$$

Такая функция называется функцией полезности потребителя, или функцией потребительского предпочтения.

В прикладных задачах и моделях потребительского выбора часто используется частный случай набора из двух товаров. При этом вводится понятие кривой безразличия, под которой понимается кривая, соединяющая потребительские наборы с одним и тем же уравнением удовлетворения потребностей индивида.

В теории потребления предполагается, что потребитель всегда стремиться максимизировать свою полезность и ограничением для него является величина дохода I, которую он может потратить на приобретение набора товаров.

Задачу потребительского выбора рассмотрим для случая наборов из двух товаров: найти такой набор $X^* = (X_1^*, X_2^*)$, для которого $U(\overline{X}) = (X_1, X_2) \to \max$, при ограничениях: $P_1X_1 + P_2X_2 \le I$, $X_i \ge 0$, $i = \overline{1,2}$.

Решение задач потребительского выбора X^* называется точка спроса. Она зависит от цен P и дохода I и является функцией цен и дохода, т. е. функцией спроса.

Для набора из двух товаров, известных ценах на них P_1 и P_2, доходе I найти функцию спроса, если функция полезности имеет вид:

$$U(X_1, X_2) = 2X_1^{0.3} \cdot X_2$$

Для решения задачи используем метод множителей Лагранжа

Функция спроса имеет вид: $X_1 = \frac{I}{3P_1}$, $X_2 = \frac{2I}{3P_2}$

Следовательно, расход на первый товар составляет $\frac{1}{3}$ дохода потребителя, на второй товар $\frac{2}{3}$ дохода потребителя.

Секция «Организация бухгалтерского учета и отчетности в сфере АПК», научный руководитель – Слепнева Т.Н.

ОТМЕНА ТРУДОВОЙ КНИЖКИ

Баркевич М.М., Харчева И.В.
РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева, Москва, e-mail: masha-pozdnyakov@mail.ru

В настоящее время не умолкает полемика по вопросу отмены использования трудовых книжек. Данный документ имеет богатую историю становления и использования.

Впервые трудовые книжки появились в Англии. Чуть позже – в Париже, в годы Великой французской революции (конец 18 – начало 19 вв.). Они служили формой дисциплинарного воздействия. Без трудовой книжки не брали на работу, при этом владелец предприятия мог записать туда любые сведения.

В России первые трудовые книжки были введены в октябре 1918 года, СНК издал Декрет о трудовых книжках для нетрудящихся. В этом документе говорилось, что поскольку труд является обязанностью граждан республики, то вместо паспортов и прочих удостоверений личности теперь будут использоваться трудовые книжки, без них нельзя было ни перемещаться по стране, ни получать продовольственные карточки. Теоретически трудовые книжки должны были получить все трудящиеся, однако крестьяне, конечно же, в виду не имелись.

25 июня 1919 года ВЦИК и СНК издали новый декрет «О введении трудовых книжек в гг. Москве и Петрограде». В этот период трудовая – это и документ, удостоверяющий личность, и доказательство участия в производственной деятельности, и документ на получения продовольственных карточек. Кроме информации о перемещениях по службе и доходах в трудовые книжки теперь вклеивали и марки об уплате налогов. Однако идея снабдить всех жителей Москвы и Петрограда универсальным документом, фиксирующим отношения гражданина и государства, реализована не была. Трудовые книжки, конечно же, выдавали, однако заменить ими паспорта и другие документы так и не удалось. В 1924 году ввели трудовые карты, в 1926 году на смену им пришли трудовые списки, а с 15 января 1939 г. И.В. Сталиным были введены трудовые книжки единого образца для рабочих и служащих всех государственных и кооперативных предприятий и учреждений (постановление СНК СССР от 20 декабря 1938 г.).

Постановление СНК СССР о введении трудовых книжек

Извлечение
20 декабря 1938 г.

...Совет Народных Комиссаров Союза ССР постановляет: 1. Ввести с 15 января 1939 г. для рабочих и служащих всех государственных и кооперативных предприятий и учреждений Трудовые книжки, выдаваемые администрацией предприятия (учреждения). 2. В Трудовые книжки вносить следующие сведения о владельце Трудовой книжки: фамилия, имя, отчество, возраст, образование, профессия и сведения о его работе, о переходе его из одного предприятия (учреждения) в другое, о причинах такого перехода, а также о получаемых им поощрениях и награждениях. 3. Утвердить форму Трудовой книжки. 4. Трудовые книжки изготовляются по единому для всего Союза ССР образцу. Текст Трудовой книжки печатается на русском языке и на языке данной союзной или автономной республики... 5. Рабочие и служащие, поступающие на работу, обязаны предъявлять администрации предприятия (учреждения) Трудовую книжку. Администрация может принимать на работу рабочих и служащих только при предъявлении Трудовой книжки. Лица, поступающие на работу впервые, обязаны предъявить администрации справку из домоуправления или сельского совета о своем последнем занятии... [].

Директивы КПСС и советского правительства по хозяйственным вопросам. М., 1957. С. 544. 303

Форму трудовой книжки Сталин позаимствовал у А. Гитлера, который ввел их для своих соотечественников пятью годами раньше. Единственное различие в том, что в сталинских трудовых книжках обязательно указывалась причина увольнения с предприятия, до чего фюрер почему-то не додумался.

Советская власть возложила на трудовую книжку две главные задачи: во-первых, упорядочить систему назначения пенсий, во-вторых, укрепить трудовую дисциплину. Спустя многие годы стоит признать: с тем и другим трудовая книжка более-менее справилась.

Делая вывод по всей истории трудовой книжки, можно сказать, что на протяжении всего периода они позволяли держать людей на так называемом коротком поводке. С их помощью можно было запретить работу по совместительству (для совместительства требовалось разрешение администрации, которая их давать очень не любила), а можно – и организовать административную высылку за тунеядство. Человек, решивший работать на себя, а не на государство, автоматически оказывался вне закона.

Инициаторы отмены трудовой книжки утверждают, что трудовые книжки утратили свой смысл, это пережиток прошлого, информация давно аккумулируется Пенсионным фондом Российской Федерации, а нам надо равняться на Европу, где такого документа никогда не было, и ничего не случилось.

Тем не менее, в настоящее время работнику, собирающемуся на пенсию, еще приходится сдавать большое количество всевозможных подтверждающих документов, чтобы был полностью учтен его трудовой стаж (согласно Федеральному Закону «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» общий трудовой стаж – суммарная продолжительность трудовой и иной общественно полезной деятельности до 1 января 2002 года, учитывается в календарном порядке). В будущем, когда централизованная система назначения трудовых пенсий начнет эффективно работать (когда все сведения будут содержатся в индивидуальном лицевом счете застрахованного лица, в котором указан расчетный пенсионный капитал на момент наступления пенсионного возраста), делать этого уже не придется, если конечно все сведения будут полностью внесены в лицевые счета застрахованных лиц и будут правильными. Все необходимые сведения будут браться в индивидуальном лицевом счете застрахованного лица.

Проверить состояние своего лицевого счета потенциальному пенсионеру необходимо минимум за полгода до выхода на пенсию, чтобы быть уверенным, что вся необходимая информация занесена. Для проверки необходимо обратиться в органы Пенсионного Фонда по месту жительства с заявлением о предоставлении сведений, содержащихся в индивидуальном лицевом счете обязательного пенсионного страхования.

Заместитель министра здравоохранения и социального развития Александр Сафонов на одной из

пресс-конференций заявил, что при отмене трудовых книжек должен быть предусмотрен минимум 10-летний переходный период, чтобы люди, привыкшие к трудовым книжкам смогли завершить свою трудовую деятельность с ними. На замену трудовой книжке должен прийти трудовой договор, который будет действенным и эффективным инструментом защиты прав всех сотрудников, он должен стать полноценным документом, где будут учтены все необходимые аспекты – режим работы, порядок расчета заработной платы, порядок предоставления отпуска, обязательства перед работодателем, условия, при которых может быть изменен рабочий график, и так далее.

Работодатели в свою очередь твердят о том, что без этого документа невозможно проверить трудовую биографию работника. В ней содержатся сведения о том, где работник успел потрудиться, о продолжительности его трудового деятельности в той или иной организации, а также о полученных им поощрениях. Вся эта информация интересна будущему работодателю, а работнику послужит базой для исчисления общего и специального трудового стажа. Вряд ли найдется еще один такой емкий документ, который просто и доходчиво сможет рассказать о трудовой деятельности своего хозяина, как это может сделать трудовая книжка. Пожалуй, конкуренцию ей может попытаться составить резюме, но нужно учитывать при этом одну мелочь: трудовая книжка является официальным документом, который имеет весьма существенную репутацию, в то время резюме является лишь бумагой, которая говорит потенциальному работодателю о Вас только самое полезное и выгодное. Трудовая книжка – своего рода паспорт трудовых свершений. Только из данного документа можно с достаточной степенью достоверности почерпнуть информацию о том, какие должности работник занимал, какой стаж имеет и как часто менял работу. Если взглянуть на трудовую книжку глазом опытного работодателя, то можно составить своего рода психологический портрет работника, пытающегося устроиться на предлагаемую должность. Трудовая книжка – хранилище большого объема очень полезной информации.

Что касается лиц родившихся до 1967 года, если не будут предусмотрены какие-то поправки на их счет, то они после отмены трудовых книжек не смогут подтвердить свой трудовой стаж. Хоть и прошло не мало лет с момента массового приема от страхователей и застрахованных лиц сведений о трудовом стаже за период до 1 января 2002 года по форме СЗВ-К (эта работа проводилась в соответствии с требованиями статьи 30 Федерального закона ФЗ–173 «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» от 17 декабря 2001 года с целью поэтапного перехода к централизованному назначению пенсий), по-прежнему не вся информация занесена на лицевые счета застрахованных лиц.

Лица, моложе 1980 года рождения, у которых все необходимые отчисления, в том числе и в Пенсионный фонд Российской Федерации сделаны, при отмене трудовых книжек ничего не потеряют. Если, конечно же, все отчисления, сделаны верно.

Кадровики предлагают трудовую книжку не отменять, а улучшать. По их мнению, трудовая книжка устарела и не соответствует нашему времени.

Основные предложения по модернизации трудовой книжки сводятся к следующему:

Изменить титульный лист. Убрать сведения об образовании, профессии, специальности и перенести их в отдельный раздел. Так как сведения об образовании, о профессии, специальности вносятся тогда, когда трудовая книжка заводится на работника впервые. Если человек спустя несколько лет получил другое образование, то вносятся исправления. Причем исправления допускаются, только 2 раза (один раз в результате получения среднего, второй раз – высшего образования). Таким образом, внесение второго среднего или высшего профессионального образования не предусмотрены. Это приводит к тому, что, несмотря на все изменения, трудовая книжка работника будет содержать сведения только о первых уровнях образования и профессиях.

На титульном листе следует ввести специальные графы (строки) для номера страхового свидетельства. Чтобы можно было в определенной степени, гарантировать пенсионным органам соответствие между трудовым стажем, подтверждаемым трудовой книжкой, и отчислениями в Пенсионный фонд Российской Федерации. В случае оформления работника на работу впервые, эти данные могут записываться работодателем после оформления страхового свидетельства и присвоения ИНН.

Вести более полное отражение сведений о работодателе. Это облегчит получение различного рода сведений в порядке, установленном законодательством. Кроме того, поскольку при назначении пенсии трудовой стаж еще имеет значение, такая информация позволит пенсионным органам установить достоверность внесенных в трудовую книжку записей. Также это важно и для работодателя – чтобы удостовериться, что предыдущий работодатель действительно существует или существовала.

Еще одним предложением по модернизации трудовой книжки является ее электронная версия. Госдума Российской Федерации 16 октября 2012 года приняла в первом чтении правительственный законопроект, позволяющий заключать электронный трудовой договор с дистанционными работниками. Поправки вносятся в Трудовой кодекс РФ и закон «Об электронной подписи».

В первую очередь это рассчитано на тех, кто работает вне офиса. Все данные созданные дистанционно можно будет также вносить в трудовую книжку по желанию работника.

Но у электронной трудовой книжки есть противники, как среди работников, так и среди работодателей. По их мнению, у электронной версии слабая защита файлов от взломов, и действительно, всего один вирус и все данные будут потеряны. Да и многие предприятия плохо оснащены компьютерной техникой, особенно те, что находятся в регионах.

Возможно, конечно, в недалеком будущем трудовая книжка и утратит свою роль основного документа о профессиональной деятельности и стаже работника, но пока работодатели по-прежнему должны обеспечивать учет и хранение трудовых книжек. Правила хранения и учета трудовых книжек прописаны в постановлении правительства от 16 апреля 2003 года № 225 «О трудовых книжках».

Порядок отражения операций по выдаче бланков трудовых книжек в бухгалтерском учете может иметь два варианта. Согласно первому бланки трудовых книжек учитываются на счете 41 «Товары», а их выдача проводится как реализация товаров по счету 90 «Продажи». Второй предполагает, что учитывать купленные бланки следует на счете 10 «Материалы», субсчет 12 «Прочие материалы», а стоимость формуляров при их выдаче списывать на счет 91 «Прочие доходы и расходы».

По большому счету, допустимы оба варианта, однако, учитывая, что «продажа» бланков трудовой книжки не является основным видом деятельности фирмы, второй способ выглядит более правильным.

Специалисты Минфина указывают, что выдача трудовых книжек работникам за плату является реа-

лизацией товаров, а значит, подлежит обложению НДС в общеустановленном порядке (письмо Минфина от 26 сентября 2007 г. № 07-05-06/242). Согласно пункту 42 Правил, бланки трудовой книжки и вкладыша в нее хранятся в организации как документы строгой отчетности. Поэтому в дополнение к количественному учету по счету 10 «Материалы» целесообразно их поступление и выдачу отслеживать на забалансовом счете 006 «Бланки строгой отчетности» в условной оценке.

Помимо отражения на счетах бухгалтерского учета операций с трудовыми книжками бухгалтерия должна вести приходно-расходную книгу по учету бланков трудовой книжки и вкладыша в нее (далее – приходно-расходная книга). Форма данного документа приведена в Приложении 2 к постановлению Минтруда от 10 октября 2003 г. № 69. В книге должна отражаться информацию обо всех операциях, связанных с получением и расходованием трудовых книжек, с указанием серии и номера каждого бланка, необходимо отражать в соответствующей приходно-расходной книге по их учету (п. 41 Правил). Форма данного документа приведена в Приложении 2 к постановлению Минтруда от 10 октября 2003 г. № 69. Книга должна быть пронумерована, прошнурована, заверена подписью руководителя организации, а также скреплена сургучной печатью или опломбирована.

Формуляры трудовой книжки и вкладыша в нее выдаются лицу, ответственному за их ведение, по его заявке. Форма такой заявки не установлена и может быть составлена произвольно. Ежемесячно сотрудник, ответственный за ведение трудовых книжек, должен отчитываться перед бухгалтерией о наличии бланков и суммах, полученных за их оформление, с приложением приходного кассового ордера, если с работника взимались наличные деньги. Испорченные при заполнении бланки трудовой книжки и вкладыша в нее необходимо уничтожить, на что должен быть составлен соответствующий акт (п. 42 Правил). При этом ни для отчета, ни для акта законодательно формы не установлены, поэтому организация может разработать их самостоятельно.

Помимо приходно-расходной книги по учету бланков трудовой книжки и вкладыша в нее постановлением Минтруда от 10 октября 2003 г. № 69 утверждена также форма книги учета движения трудовых книжек. В ней ведется учет заполненных трудовых книжек, принятых от сотрудников при приеме на работу или выданных вновь (п. 40, 41 Правил). Данные о бланках регистрируются в книге с указанием серии номера. Вполне логично, чтобы полномочия по ее заполнению находились у подразделения, занимающегося оформлением работников в штат. В этом смысле, в отсутствие кадровой службы, таковым может выступать и бухгалтерия, однако сути учета это не меняет, он является кадровым. В частности, при получении трудовой книжки в связи с увольнением работник, помимо личной карточки, расписывается именно в книге учета.

По умолчанию ответственность за организацию работы по ведению, хранению, учету и выдаче трудовых книжек и вкладышей в силу пункта 45 Правил лежит на работодателе. Это значит, что в случае, когда в организации не назначены сотрудники, ответственные за ведение и хранение трудовых книжек, или нет необходимых условий для обеспечения их сохранности, за утрату или порчу трудовой отвечать перед работником будет лично руководитель компании.

При этом возложение обязанностей по ведению и хранению трудовых на того или иного сотрудника следует зафиксировать в его должностной инструкции либо оговорить в специальном приказе. Что касается условий для обеспечения сохранности бланков, то потребуется сейф или несгораемый шкаф.

Трудовые книжки и их дубликаты, не полученные работниками при увольнении либо в случае смерти сотрудника его ближайшими родственниками, в течение двух лет хранятся в кадровой службе компании отдельно от остальных трудовых книжек. По истечении этого срока невостребованные трудовые книжки находятся в архиве организации в течение 50 лет, а затем подлежат уничтожению (п. 43 Правил).

Секция «Проблемы анализа и прогнозирования финансового состояния предприятий», научный руководитель – Безрукова Т.Л., д-р экон. наук, профессор

ОЦЕНКА ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ МЕБЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ

Белый Ю.А., Безрукова Т.Л.
ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: russkiy_parenb@mail.ru

Оценка ликвидности и платёжеспособности предприятия представляет собой важную часть финансового анализа, направленную на исследование обеспеченности предприятия ликвидными средствами и готовности своевременного исполнения платёжных обязательств.

Ликвидность – это возможность превращения статей актива баланса предприятия в деньги для оплаты обязательств по пассиву, лёгкость реализации, продажи, превращения материальных ценностей в наличные деньги [1].

Платёжеспособность предприятия определяется его способностью своевременно и полностью исполнять платёжные обязательства, которые вытекают из торговых, кредитных и других операций денежного характера [1].

Задача анализа ликвидности баланса возникает в связи с необходимостью давать оценку платёжеспособности предприятия, то есть его способности своевременно и полностью рассчитываться по всем своим обязательствам за счёт наличия готовых средств платежа (остатка денежных средств) и других ликвидных активов.

Оценку ликвидности и платёжеспособности произведём на примере ООО ПК «Ангстрем» – мебельной компании, известной не только в России, но и за рубежом.

Анализ ликвидности предприятия осуществляют с привлечением агрегированного баланса. Для этого объединяют активы – по убыванию степени их ликвидности, пассивы – по возрастанию сроков погашения обязательств (табл. 1).

Таблица 1

Агрегированный баланс ООО ПК «Ангстрем»

Агрегированные статьи	Значение на начало 2011 года, тыс. р.	Значение на конец 2011 года, тыс. р.	Абсолютное отклонение (+;-), тыс. р.	Темп роста, %
1	2	3	4	5
А1	41114	12813	-28301	31,16
А2	76214	152717	+76503	200,38
А3	396907	383098	-13809	96,52
А4	438540	486104	+47564	110,85
П1	297842	284502	-13340	95,52
П2	1500	139598	+138098	9306,53
П3	217642	137235	-80407	63,06
П4	435791	473397	+37606	108,63

Выполнение условия ликвидности баланса на начало года:

1) А1 (41114 тыс. р.) < П1 (297842 тыс. р.);
2) А2 (76214 тыс. р.) > П2 (1500 тыс. р.);
3) А3 (396907 тыс. р.) > П3 (217642 тыс. р.);
4) А4 (438540 тыс. р.) > П4 (435791 тыс. р.).

Выполнение условия ликвидности баланса на конец года:

1) А1 (12813 тыс. р.) < П1 (284502 тыс. р.);
2) А2 (152717 тыс. р.) > П2 (139598 тыс. р.);
3) А3 (383098 тыс. р.) > П3 (137235 тыс. р.);
4) А4 (486104 тыс. р.) > П4 (473397 тыс. р.).

Расчёты показали, что на начало и конец 2011 года не выполняются первое и четвёртое условия ликвидности баланса. Это свидетельствует о том, что баланс ООО ПК «Ангстрем» не является абсолютно ликвидным. Этому послужило уменьшение денежных средств, краткосрочных финансовых вложений.

Анализ финансового состояния предприятия осуществляется на основе расчётов коэффициентов капитализации, ликвидности, деловой активности и их сравнения с нормативными значениями. Для осуществления анализа выполним расчёт финансовых коэффициентов на примере ООО ПК «Ангстрем» (табл. 2).

Таблица 2

Финансовые коэффициенты, рассчитанные на примере ООО ПК «Ангстрем»

Показатели	Значение, тыс. р.		Норм. знач.	Абсолютное отклонение (+;-)	Темп роста, %
	Предыдущий период	Отчётный период			
1	3	4	5	6	7
Коэффициенты капитализации					
1. Коэффициент независимости (доля собств. средств в стоимости имущества)	0,457	0,458	>0,3	+0,001	100,22
2. Доля заемных средств в стоимости имущества	0,543	0,542	<0,7	-0,001	99,82
3. Коэффициент задолженности	0,843	0,843	-	-	100
4. Доля дебиторской задолженности в стоимости имущества	0,080	0,148	-	+0,068	185
Коэффициенты ликвидности					
1. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,021	0,010	>0,2	-0,011	47,62
2. Коэффициент промежуточной ликвидности	0,392	0,390	>0,8	-0,002	99,49
3. Коэффициент покрытия (общей ликвидности)	1,718	1,294	>2	-0,424	75,32
Показатели деловой активности					
1. Коэффициент оборачиваемости (общий)	1,247	1,657	-	+0,41	132,88
2. Оборачиваемость запасов	13,714	25,044	-	+11,33	182,62
3. Оборачиваемость собственных оборотных средств	-432,339	-134,923	-	+297,416	-
4. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,005	-0,023	>0,1	-0,018	-

Расчёты показали, что в целом коэффициенты капитализации имеют благоприятные значения. Коэффициенты капитализации, имеющие нормативные значения, соответствуют нормативам. Негативной тенденцией является снижение коэффициентов абсолютной ликвидности, промежуточной ликвидности и общего покрытия. Это свидетельствует об уменьшении быстроты превращения активов в денежные средства. Благоприятной тенденцией является увеличение значений коэффициента оборачиваемости и оборачиваемости запасов. Следует также отметить, что у ООО ПК «Ангстрем» существует нехватка собственных оборотных средств, о чём свидетельствуют отрицательные значения оборачиваемости собственных оборотных средств и коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами. ООО ПК «Ангстрем» необходимо срочно увеличить сумму наиболее ликвидных активов, чтобы можно было сво-

евременно расплачиваться по своим обязательствам. Дальнейшее снижение величины запасов позволит компании увеличить оборачиваемость.

Следует отметить, что главной целью при выполнении финансового анализа является оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия относительно будущих условий существования [2], которая позволяет пользователям бухгалтерской отчётности принять своевременные и правильные управленческие решения.

Список литературы

1. Безрукова, Т.Л. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий [Текст] : учебник / Т.Л. Безрукова, С.С. Морковина. – М.: КНОРУС, 2010. – 356 с.

2. Донцова, Л.В. Анализ финансовой отчетности [Текст]: учебник / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело и Сервис, 2007. – 368 с.

Секция «Проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса России в условиях членства в ВТО», научный руководитель – Постникова Л.В., канд экон. наук, доцент

ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРИ ЧЛЕНСТВЕ РОССИИ В ВТО

Постникова Д.Д.

РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева, Москва, e-mail: chinatown885@gmail.com

Одним из спорных вопросов, задерживающих вступление нашей страны в Всемирную торговую организацию (ВТО), была проблема поддержки сельского хозяйства. Всемирная торговая организация не приветствует прямую поддержку государства в отношении аграрного сектора экономики, поскольку она стимулируют производство и искажают условия внешней торговли. Государство, вступающее в ВТО, должно сократить субсидии сельхозпроизводителям, отказаться от экспортных дотаций и снизить таможенные пошлины на зарубежную продукцию, что идет вразрез с российской политикой развития АПК.

Для реальной оценки существования российского сельского хозяйства в условиях Всемирной торговой организации проанализируем влияния вступления России в ВТО на себестоимость производства молока на условном примере.

При калькулировании себестоимости продукции молочного скотоводства затраты классифицируются по следующим статьям:

1) материальные ресурсы, используемые в производстве (средства защиты животных (биопрепараты, медикаменты, дезинфицирующие средства); нефтепродукты; корма; работы и услуги сторонних организаций (в том числе услуги по техобслуживанию животноводства, искусственному осеменению животных, водоснабжению ферм и т. д.); топливо и энергия на технологические цели);

2) оплата труда работников (доярок, скотников, бригадиров, телятниц и т. д.);

3) отчисления на социальные нужды (страховые взносы);

4) содержание основных средств (амортизация, ремонт, техобслуживание зданий, доильных установок и прочих основных средств);

5) прочие затраты (расходы по содержанию пункта осеменения животных, затраты на строительство и содержание некапитальных сооружений для животных, по ограждению ферм, оборудованию дезбарьеров, затраты на пусконаладочные работы, связанные с освоением новых животноводческих комплексов, на работы и услуги вспомогательных производств; налоги, сборы и другие платежи; потери от падежа животных и т.д.);

По данным первичных документов о надое молока определяют его валовой надой — все фактически надоенное молоко за определенный период. Его объем учитывается в натуральном весовом выражении:

Себестоимость 1 ц молока = Сумма затрат, приходящихся на его производство / Физическая масса полученного молока;

Себестоимость одной головы приплода = Затраты на него / Количество приплода.

Общая сумма затрат на производство за год составила 7 535 тыс. руб. При этом за год было получено 8314 ц молока и 289 голов приплода (телят). Себестоимость побочной продукции (навоза, шерсти-линьки) составила 98 тыс. руб.

Себестоимость продукции калькулируют следующим образом. Сначала определяют затраты на производство за вычетом себестоимости побочной продукции: 7 535 000 – 98 000 = 7 437 000 руб.

Затем распределяют затраты на молоко и приплод (в пропорции 90 / 10 %). Затраты на молоко:

7 437 000 × 0,9 = 6 690 300 руб.

Затраты на приплод: 7 437 000 × 0,1 = 743 700 руб.

Далее рассчитывают себестоимость 1 головы приплода: 743 700 / 289 = 2574 руб.

Определяют себестоимость 1 ц молока:

6 690 300 / 9627 = 805 руб.

В течение года реальные затраты на продукцию собирают, затем применяют вышеописанное распределение между молоком и приплодом, а потом фактическую себестоимость молока (90 % от затрат) распределяют по сортам по той же схеме — в пересчете на условные единицы, или пропорционально жирности молока, или другим способом, закрепленным в учетной политике агрохолдинга.

После вступления страны в ВТО агрохолдинг вынужден даже внутри России у своих постоянных партнеров закупать материальные ресурсы, используемые в производстве (сельхозтехнику, оборудование, средства защиты животных, нефтепродукты, корма и т. п.) по общемировым ценам (в среднем выше закупаемых ранее на 15–25 %). Это приведет к увеличению объема заимствований у кредитных организаций, которые тоже удержат у агрохолдинга проценты по кредиту (примерно 18–20 %). То есть в целом затраты на производство молока возрастут примерно на 35–40 %. А значит при расчете себестоимости мы получим следующие результаты.

Распределим затраты на молоко и приплод по вышеописанной схеме.

Затраты на молоко: 6 690 300 × 0,4 = 2 676 120 руб. (на эту сумму возрастают затраты).

Затраты с учетом общемировых цен по ВТО составят: 6 690 300 + 2 676 120 = 9 366 420 руб.

Затраты на приплод: 743 700 × 0,4 = 297 480 руб. (на эту сумму возрастают затраты).

Затраты с учетом общемировых цен по ВТО составят: 743 700 + 297 480 = 1 041 180 руб.

Рассчитаем себестоимость 1 головы приплода:

1 041 180 / 289 = 3603 руб.

Определим себестоимость 1 ц молока:

9 366 420 / 8314 = 1127 руб.

Сравнительные результаты затрат и себестоимости продукции агрохолдинга по фактическим и прогнозируемым данным с учетом вступления в ВТО приведены на рисунке 1 и рис. 2.

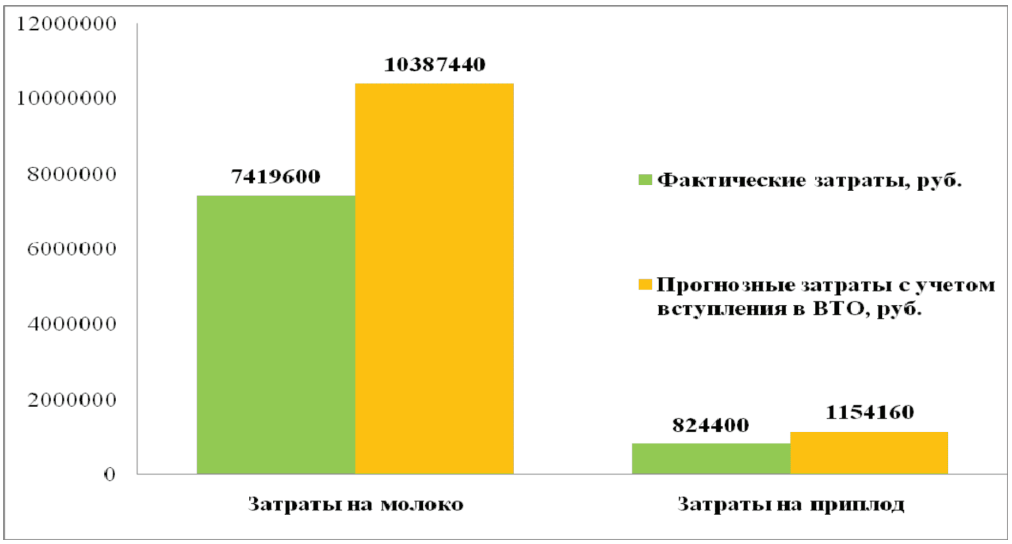


Рис. 1. Диаграмма сравнительных результатов по фактическим и прогнозируемым затратам с учетом вступления в ВТО

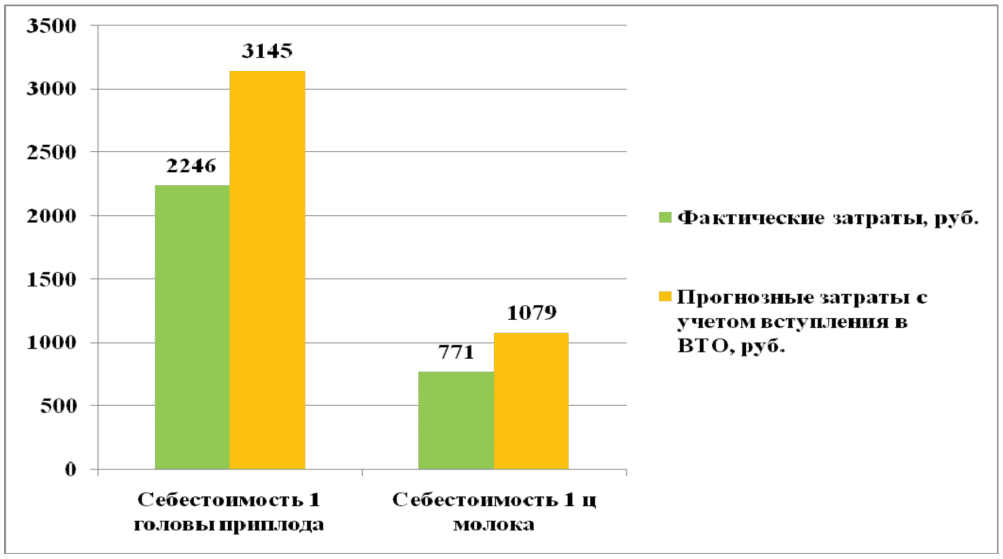


Рис. 2. Диаграмма сравнительных результатов по фактической и прогнозируемой себестоимости продукции с учетом вступления в ВТО

В настоящее время заключены соглашения о совокупных мерах поддержки российских сельхозпроизводителей в рамках ВТО. После вступления во Всемирную торговую организацию наша страна зафиксировала объем государственной поддержки сельского хозяйства на уровне 9 млрд. долл. За период с 2013 до 2017 г. эти показатели должны снизиться до 4,4 млрд. долларов. Для нивелирования факторов, отрицательно сказывающиеся на производстве сельскохозяйственной продукции, в том числе как отмечено выше, на себестоимости продукции необходимо активно использовать меры «зеленой» корзинки, а так же повышать конкурентоспособность отечественной продукции.

Россия с каждым годом все глубже интегрируется в мировую экономику, и это неизбежно. А потому необходима аграрная политика, в целом, экономическая политика, ориентированная на долгосрочную защиту интересов отечественного производителя, способная поднять конкурентоспособность нашего АПК до уровня лучших мировых образцов.

Список литературы

1. Анисимов Е.Д. Вступление России в ВТО: проблемы сельхозпроизводителей // «Справочник экономиста» – 2012 – № 2.

2. Наумкин, А.В. Совершенствование форм и методов господдержки развития сельского хозяйства в условиях вступления России в ВТО // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 3. – С. 33-37.

3. Хоружий, Л.И. Калькуляция себестоимости сельскохозяйственной продукции: прошлое, настоящее, будущее // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 1. – С. 59-62.

Секция «Проблемы учетно-аналитического обеспечения воспроизводственных процессов и формирования финансовой отчетности на основе МСФО в сфере АПК», научный руководитель – Хоружий Л.И., д-р экон. наук, профессор

НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ В РСБУ И МСФО

Митрофанова А.Ю., Якимец О.В.

РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева, Москва,
e-mail: mitrofanova1989@mail.ru

Экономическая реформа в конце 20 века в аграрном секторе страны оказала воздействие на всю систему земельных отношений, в результате чего были законодательно закреплены базовые принципы землепользования. Однако, как показала практика, правовое регулирование земельных отношений происходит со значительным опережением регулирования бухгалтерского учета сельскохозяйственных земель в современных экономических условиях, а также непосредственно в условиях применения МСФО в России. Это негативно сказалось на развитии и дальнейшем повышении эффективности сельскохозяйственного производства в целом.

Земля – это важнейшая часть окружающей природной среды, характеризующаяся пространством, рельефом, климатом, почвенным покровом, растительностью, недрами, водами, являющаяся главным средством производства в сельском и лесном хозяйстве, а также пространственным базисом для размещения предприятий и организаций всех отраслей народного хозяйства. Это определение, безусловно, имеет практическую ценность, однако не снимает потребности в разработке понятия «земля» как объекта бухгалтерского учета.

Целью бухгалтерского учета земельных участков является предоставление сведений о земле, необходимых для внешних, с целью удовлетворения кредитной и инвестиционной привлекательности сельскохозяйственных организаций, и внутренних пользователей для управленческих решений, направленных на обеспечение рационального и эффективного использования земель.

Земельный кодекса был принят в 2001 г., Закон «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» – в 2002, однако до сих пор в существующей практике российских предприятий, занимающихся сельским хозяйством, наблюдается очень низкий уровень бухгалтерского учета этих операций, а в некоторых хозяйствах и полное отсутствие такого учета. Основная причина состоит в отсутствии нормативно правовой базы, содержащей доступные методики бухгалтерского учета земель, прав пользования и аренды. Так в основном в этой области учета в национальном стандарте ПБУ 6/01 и Отраслевых методических рекомендациях по учету основных средств в сельскохозяйственных организациях нет рекомендаций, касающихся конкретно земель и земель сельскохозяйственного назначения, а даются только общие положения по учету основных средств. Нет рекомендаций и по вопросам отражения земельных ресурсов в отчетности. Однако земля является особенным ресурсом и требует индивидуальных рекомендаций и указаний в части её учета.

Учет земель в российском учете осуществляется, как было сказано выше, в соответствии с ПБУ 6/01 «Учет основных средств», и в целом соответствует модели учета по первоначальной стоимости, предусмотренной МСФО 40. При этом если российская организация воспользовалась правом переоценки доходных вложений в материальные ценности, то такой вариант не будет соответствовать модели учета по справедливой стоимости, предлагаемой МСФО 40. Важно отметить, в отличие от положений международных стандартов земельные участки в соответствии с российским законодательством не подлежат переоценке (п. 43 Методических указаний по бухгалтерскому учету основных средств).

В МСФО нужно различать имущество, приобретенное для инвестиционной деятельности, и инвестиционное имущество.

В системе Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) порядок учета земельных участков в зависимости от цели ее использования регулируются:

– МСФО 16 «Основные средства»;
– МСФО 40 «Инвестиции в недвижимость»;
– МСФО 2 «Запасы».

Однако применительно к порядку учета земель сельскохозяйственного назначения в зависимости от цели ее использования регулируются:

– МСФО 16 «Основные средства»;
– МСФО 40 «Инвестиции в недвижимость».

Методику учёта основных средств, в состав которых входят земельные участки сельскохозяйственного назначения, используемые компанией для основной деятельности, для сдачи в аренду другим компаниям или для административных целей «занимаемые владельцем», регламентирует Международный стандарт № 16 «Основные средства».

Таким образом, МСФО 40 содержит указание на то, что имущество, являющееся объектом инвестиционной собственности, должно подвергаться переоценке на постоянной основе. Аналогом МСФО 40 «Инвестиционная недвижимость» в российском законодательстве пока нет. Наиболее близким объектом учета в российской практике являются доходные вложения в материальные ценности, учитываемые на счете 03 «Доходные вложения в материальные ценности». Тем не менее, имеет место несоответствие понятий инвестиционная недвижимость (МСФО 40) и доходные вложения в материальные ценности, так как в соответствии с Планом счетов бухгалтерского учета доходными вложениями в материальные ценности являются вложения организации в часть имущества, здания, помещения, оборудование и другие ценности, имеющие материально-вещественную форму, предоставляемые организацией за плату во временное пользование (временное владение и пользование) с целью получения дохода.

В нашей стране под инвестиционной деятельностью понимается деятельность организации, связанная с капитальными вложениями организации в связи с приобретением земельных участков и других внеоборотных активов, а также их продажей; с осуществлением долгосрочных финансовых вложений в другие организации, выпуском облигаций и других ценных бумаг долгосрочного характера и т.п.

Кроме вышеназванных стандартов, отдельные вопросы учета земельных участков затрагивают положения МСФО 17 «Аренда» и МСФО 41 «Сельское хозяйство».

Порядок отражения земельных участков, находящихся в аренде, зависит от вида аренды (финансовая или операционная) и регулируется МСФО 17 «Аренда».

Согласно п. 55. МСФО 41 «Сельское хозяйство» при учете земли сельскохозяйственного назначения компания должна руководствоваться положениями МСФО 16 «Основные средства» или МСФО 40 «Инвестиции в недвижимость» в зависимости от того, какой из стандартов является наиболее приемлемым в данных обстоятельствах.

Согласно международному стандарту земельный участок применительно к сельскому хозяйству в зависимости от целей ее назначения учитывается в качестве:

– основных средств, если он предназначен для производства;

– инвестиций, если предназначен в качестве инвестиции в недвижимость (собственника или арендатора по договору финансовой аренды с целью получения арендных платежей, доходов от прироста стоимости капитала или и того и другого. При этом, даже будучи занятым под застройки, учет земельных участков всегда ведется на отдельном специальном бухгалтерском счете.

Подводя итог, можно сформулировать вывод о том, что действующая нормативная база по бухгалтерскому учету земельных участков характеризуется отсутствием системности учета на должном уровне, что затрудняет контролировать состояние, движение и использование земельных участков, что еще более затрудняет учет по международным стандартам.

Список литературы

1. Беляева З.С., Самончик О.А. Аграрная реформа в Российской Федерации: правовые проблемы и решения. Москва, издательство «Норма», 1998. – 126 с.

2. Боголюбов С.А., Никишин В.В., Устюкова В.В. Земельное право: Учебник. Москва.: Изд-во «Норма», 2004. – 432 с.

3. Земельный кодекс РФ: проблемы теории и практики (Материалы конференции) // Государство и право. 2011. № 9, 10.

4. Методические рекомендации по бухгалтерскому учету инвестиций, осуществляемых в форме капитальных вложений в сельскохозяйственных организациях. – http://mvf.klerk.ru/zakon/sel1.htm.

5. Новые ПБУ в 2013 году – серьезные изменения // Главбух, 21 августа 2012/ – http://www.delegiruy.ru/interview/item/26-novyie-pbu-v-2013-godu-sereznyie-izmeneniya.html.

Секция «Разработка маркетингового механизма управления», научный руководитель – Бусарина Ю.В., канд. экон. наук

РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В МИРОВОЙ И РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Сибиряткина И.В., Ерохина Я.Ю.

ВГЛТА, Воронеж, e-mail: lapusya-999@mail.ru

Система государственно-частного партнерства в развитии российской экономики является механизмом, который заместил государственную политику в условиях плановой экономики. ГЧП формирует связи между государством и бизнесом, а также в инновациях данной системы. При этом ученые более свободны в выборе направлений исследований, формировании команды, проекты проходят всестороннюю экспертизу, чтобы снизить риски потери финансовых средств, что в свою очередь, является одним из главных аргументов в привлечении крупного бизнеса в систему государственно-частного партнерства. Учет опыта российской науки, широкие связи с мировой наукой, понимание необходимости технологического развития российской экономики и его поддержка на высших уровнях власти страны позволят России уверенно ответить на современные технологические вызовы.

Одна из важнейших задач модернизации и диверсификации российской экономики состоит в развитии ее инфраструктурных основ.

Формирование ГЧП в экономической сфере как комплекса объективных взаимосвязей и взаимоотношений между властью и бизнесом должно основываться на определенных методологических принципах.

Во-первых, содержание ГЧП должно быть адекватно сути и целям социально-экономического развития страны и ее субъектов, которые и будут определять конкретные формы и структуру взаимодействия государства и бизнеса.

Во-вторых, должен соблюдаться принцип экономического равноправия и ответственности: все участники реализации проектов в рамках ГЧП имеют равные права в определении вариантов эффективного достижения целей и решения задач. Важным является также определение ответственности и обязанностей участников такого партнерства.

В-третьих, необходим оптимальный учет интересов: системные решения при государственно-частном партнерстве должны приниматься с учетом всего комплекса интересов всех участвующих в нем сторон.

В-четвертых, необходима концентрация различных ресурсов и их источников за счет партнерства власти с бизнесом по приоритетным направлениям реализации инновационных проектов. При этом критерием отбора ресурсов и их источников должна быть возможность получения максимального синергетического эффекта (социального, экономического, инвестиционного).

В-пятых, государственно-частное партнерство должно быть направлено на последовательное решение не только текущих, но и стратегических задач развития национальной экономики и ее регионов.

Мировой опыт развития ГЧП показывает, что к наиболее существенным факторам его успеха относятся следующие:

• политическая и институциональная основа проектов ГЧП. Для успешной реализации проекта помимо четкого распределения полномочий в государственной системе необходимо четкое и детальное определение рамочных условий ведения переговоров с частными инвесторами;

• стабильная политико-правовая среда. Реализация ГЧП требует стабильных базовых условий, которые гарантируются конституционным, финансовым и гражданским законодательством;

• эффективная структура экономики и справедливое распределение возможностей и рисков;

• широкие возможности инвестирования за счет наличия адекватных механизмов распределения и смягчения риска, а также финансового структурирования инновационного проекта;

• свободный доступ к частным инвестиционным рынкам;

• возможность оптимизировать мобилизацию частного капитала на единицу государственных расходов (то есть прямых инвестиций, субсидий, гарантий);

• управление риском государственного сектора экономики;

• разработка эффективных инструментов государственного управления инновационной сферой.

В России принят ряд основополагающих документов, касающихся развития научно-технической сферы: «Основы политики Российской Федерации

в области развития науки и технологий на период до 2010 года и дальнейшую перспективу», «Долгосрочный научно-технологический прогноз развития Российской Федерации на период до 2025 года», ФЦП «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2007–2012 годы», ФЦП «Национальная технологическая база на 2007–2011 годы» и другие. Для их реализации необходимы конкретные законодательно оформленные нормы и механизмы взаимодействия партнеров инновационного развития. К ним относятся экономико-правовые отношения:

• между субъектами инновационной деятельности, возникающие при ее осуществлении в любой сфере независимо от организационно-правовой формы предприятия;

• отношения, возникающие в процессе создания, производственного освоения, распространения и коммерческого использования инноваций;

• отношения, возникающие при осуществлении инвестиций в различные проекты российскими и иностранными инвесторами.

Государство располагает достаточно большим арсеналом возможностей в развитии различных сфер на условиях партнерства с бизнесом. Наряду с финансированием проектов необходимо:

• создавать в установленном федеральным законодательством порядке льготные условия осуществления партнерской деятельности и стимулирования российских и зарубежных инвесторов, участвующих в реализации различных программ и проектов;

• организовывать закупки для государственных нужд наукоемкой продукции, техники и новейших технологий;

• размещать государственные заказы на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ;

• содействовать развитию инфраструктуры инновационной деятельности;

• создавать условия для повышения квалификации специалистов в области менеджмента и международного сотрудничества в инновационной сфере.

Для решения всех этих задач необходимо снять имеющиеся противоречия и пробелы в действующем законодательстве.

Процесс реализации государственной программы:

– контракт на НИОКР;

– контракт на серийное производство;

– контракт по обеспечению эксплуатации.

Практика применения государственно – частного партнерства в научной и инновационной сферах в ряде западноевропейских стран показывает, что механизм государственно – частного партнерства чаще используется в тех областях, где государство и бизнес имеют взаимные интересы, но при этом не в состоянии действовать самостоятельно друг от друга.

Секция «Реклама и PR», научный руководитель – Чистякова А.А., канд. пед. наук, доцент

КОРПОРАТИВНАЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ, ПРИУРОЧЕННАЯ К ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЯМ

Арбузова А.А., Ошуркова С.И., Ширгазина А.Э., Краснова Т.В.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: www.Svetus1kkk@mail.ruv

Event мероприятия – это комплекс инструментов, направленных на продвижение имиджа компании, брендов, услуг и персон с помощью ярких и запоминающихся событий. Основные цели проведения специальных мероприятий – повысить лояльность целевых аудиторий к компании, а также улучшить понимание сотрудниками корпоративной миссии [2].

Ивент (от англ. event – развлекательное или рекламное представление, осуществляемое на театральной сцене, кино- или телеэкране, на спортивной или цирковой арене с использованием разного рода сюжетных ходов, изобразительных приёмов, световой техники, компьютерной графики и т. п. Понятие ивента включает в себя: событие, мероприятие, церемонию и шоу.

Event мероприятие является атрибутом деловой и светской жизни. Общее понятие «event» включает в себя ряд развлекательных, рекламных, культурно-массовых мероприятий, таких как корпоративные праздники, презентации персоналий, продуктов и услуг, мероприятия активного спорта и отдыха, клубные тематические вечера, шоу, различные церемонии и пр. При этом подобные мероприятия могут быть как открытыми, так и закрытыми [1]. В современных условиях в социально-культурную деятельность общества корпоративные социально-культурные мероприятия могут вписаться вполне органично. В качестве инструмента корпоративного управления они могут использоваться не только государственными учреждениями культуры, досуга, спорта, туризма, но и коммерческими организациями, представленными множеством фирм, компаний, предприятий. Ведь корпоративные мероприятия могут быть формой закрепления корпоративных ценностей. Именно корпоративные мероприятия при определенных условиях могут способствовать развитию и повышению культурного уровня, повышению качества работы сотрудников, что является одним из условий успешной деятельности и сплоченности коллектива в конкурентной рыночной среде [3].

Понятие «корпоративное мероприятие» связано не только с празднованием организацией Нового года, 8 марта и 23 февраля. Это может быть любое событие в жизни компании, которое не связано с выполнением профессиональных задач и в котором участвуют ее сотрудники.

Опираясь на вышесказанное, мы определили, что корпоративность должна демонстрировать единство коллектива, его сплоченность и, возможно специфику деятельности. Event мероприятие, в рамках которого мы на практике осуществили попытку создания тематической корпоративной полиграфической продукции, стало празднование юбилея Магнитогорского государственного университета. Чтобы разработать дизайн корпоративной полиграфической продукции, приуроченной к ивент-мероприятию, мы обратились к истории вуза, представленной в архивных фото снимках. Нами, при создании полиграфической продукции, в основу был положен концептуальный замысел использования фотографий, отражающих жизнь студентов, преподавателей и руководства со дня основания факультета. Фото отбирались по принципу случайного подбора, что позволило сформировать разноплановый материал. Расположением фото в композиции отвергался подход хронологии и тематики, создавалось впечатление хаоса содержания, что, в свою очередь, способствовало формированию впечатления единства поколений и событий, созда-

вался эффект глобальности и протяженности во времени. Для придания документальности некоторые фотографии были состарены в графическом редакторе при помощи эффекта «сепия».

Руководствуясь вышеизложенным подходом, мы разработали два рекламных носителя. Единый элемент, который использовался в плакате (рис. 1) и корпоративном календаре (рис. 2) – вариант логотипа, был создан нами специально к 80-летию Магнитогорского Государственного Университета. Он, в нашем случае, формирует настроение зрителя и ассоциируется с атрибутом праздника. Праздничный логотип выполнен в стиле советских времен. Логотип университета украшен красной лентой – символом праздничного единства факультета и всего университета, косвенно вызывая ассоциацию: «малая родина» – факультет, в контексте «большой родины» – университета. Плакат и корпоративный календарь использовались в качестве элементов имиджевой среды факультета вуза и в качестве подарочных сувениров.

Рис. 1. Полиграфический рекламный плакат

Рис. 2. Полиграфический корпоративный календарь

Список литературы

1. Кирильчук И.В., Чугунова Н.М., Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций // Дашков и Ко ISBN 978-5-394-00874-0, 2010. – С. 59. –62.
2. Сондер Марк. Ивент-менеджмент. Организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы // Вершина ISBN 5-9626-0136-X, 0-471-26306-0; 2006. – 14 с.
3. Ульяновский А. Корпоративный имидж: Технологии формирования для максимального роста бизнеса. – Эксмо, 2008. – С. 157–203.

СОЦИАЛЬНАЯ ВИДЕОРЕКЛАМА, ФОРМИРУЮЩАЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ЭТИКЕТ У ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ

Артемова А.О., Краснова Т.В.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: www.Ann-a-rt@mail.ru

На сегодняшний день проблема экологического воспитания в России актуальна как никогда, так как экологическая ситуация в большей части российских городов не отвечает эталонам чистоты, принятым в экономически развитых странах, и особенно остра, так как в ряде городов она уже достигла критического уровня. Формирование экологической культуры у подрастающего поколения становится сейчас одной из важнейших задач общества и образования, поскольку не оспорим тот факт, что изучение норм и правил экологического поведения должно начинаться в детстве [3].

В настоящий момент социальная реклама, направленная на формирование экологического этикета у учащихся образовательных учреждений, представлена рекламными полиграфическими материалами, являющими собой средства наглядной агитации, которые распространяются в рамках классных часов в школах; различными event-мероприятиями, приуроченными к праздникам чистоты; наружной рекламой, в частности, рекламными щитами, пропагандирующими экологические знания; и видеофильмами, в основе которых лежит соответствующий воспитательный компонент.

Предлагаемое нами решение данного вопроса находится в области мультипликации и основывается на переориентации взглядов и поведения в окружающей среде учащихся, характеризующихся неустойчивым сознанием и эмоциональной восприимчивостью.

Мультипликационный фильм играет огромную роль в воспитательном процессе ребенка, так как способен сформировать в его сознании модель окружающего мира, образы добра и зла, всего того, на что он будет ориентироваться всю жизнь, как на духовный компас. Герой мультфильма для ребенка – главный авторитет (после родителей), своего рода пример для подражания, и, как следствие, мощное средство для

воспитания (демонстрация персонажем того, как следует себя вести в той или иной ситуации).

Таким образом, мы предполагаем, что рекламная анимационная видеопродукция социальной направленности с использованием приемов психологического воздействия позволит изменить позицию учащейся молодежи к окружающему миру, повысить уровень ее экологической культуры.

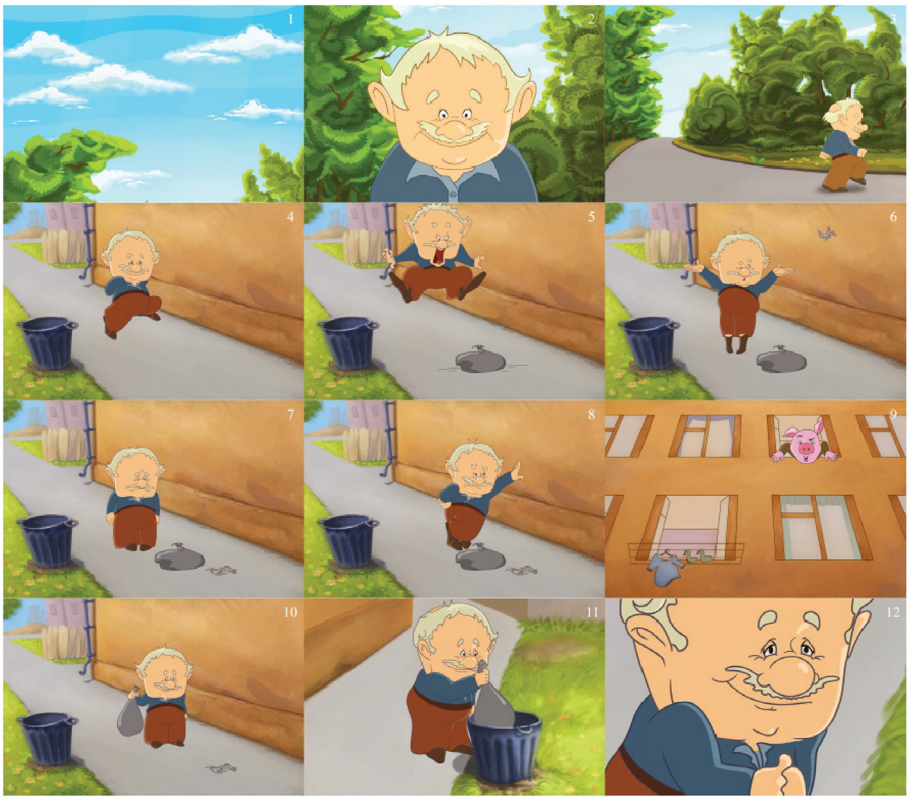
В ходе исследования был проведен анализ научной литературы, посвященной экологическому воспитанию человека. Была выявлена центральная идея экологической культуры: гармоническое развитие природы и человека проявляется в отношении последнего к природе не только как к материальной, но и как к духовной ценности [1].

Нами были рассмотрены как рекламные мультипликационные ролики, так и ролики социальной направленности. Было выявлено, что часто при их создании используются следующие способы воздействия на аудиторию: устрашающий, драматический и информационный. Однако для разработки проекта, в рамках исследования, нами было избрано юмористическое направление, так как наше практическое решение данной проблемы лежит в плоскости высмеивания неряшливости человека, его лени и равнодушия к городскому и природному окружению. Юмористический подход воспринимается лояльно целевой аудиторией, смягчая назидательность рекламного сообщения.

Также, в ходе исследования нами было определено, что часто применяемыми методами психологического воздействия, которыми пользуются создатели рекламных и социальных роликов, являются внушение и убеждение.

Внушение, как метод психологического воздействия, наиболее ярко проявляется в нравоучительных сказках и баснях. Интересный пример – история, как способ убеждения, в свою очередь, способен сформировать правильное экологическое поведение [2]. Следовательно, социальный мультипликационный видеоролик нравоучительной направленности с использованием юмористических приёмов подачи рекламной информации, позволяет, во-первых, привлечь внимание учащейся молодежи к проблеме загрязнения людьми окружающей среды и, во-вторых, пробудить в них должное чувство ответственности за чистоту городского и природного окружения.

Проект в рамках научного исследования разрабатывался нами в период с 2011 г. по 2012 г. В ходе создания социального мультфильма мы работали со студенческой аудиторией, используя метод RAM-проводника, с целью определения концептуального образа центрального героя. При разработке концепции сценария нами были использованы элементы суггестивного воздействия. За основу формирования сюжета ролика нами была взята типология психотипов, разработанная Аристотелем. В результате разработки видеопродукта мы проявили себя в роли режиссера-сценариста, дизайнера, создавая визуальный ряд (рис. 1), рекламиста (при разработке рекламного посыла), мультипликатора (в технически-художественной части проекта), а также автора текстового сопровождения (поэта).



Кадры из мультипликационного видеоролика

Проект предполагает дальнейшее развитие. Результаты размещения мультипликационного видеоролика в социальных сетях следующие: на сегодняшний день видеоролик имеет положительную характеристику со стороны зрителей, что уже позволяет нам говорить об успешной реализации замысла продукта научного исследования. Сроки дальнейших контрольных срезов реакции зрителей на продукт социальной рекламы будут рассматриваться нами на протяжении шести месяцев.

Список литературы

1. Абдуллаев З. Экологическое отношение и экологическое сознание // Философские науки. -1991, № 2, С. 186-190.
2. Лебедев-Любимов А.Н. Основные психологические модели рекламного воздействия // SALES business/продажи. 2005. – № 4. – С. 68-72.
3. Маркович Д. Ж. Социальная экология. – М.: Просвещение, 1991. – 231 с.

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ОБРАЗА ПРОФЕССИЙ НА УРОКАХ ТЕХНОЛОГИИ

Будакова А.В., Краснова Т.В.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: a.budakova@yandex.ru

В своей книге «Теория и практика рекламной деятельности» М.Ю. Рогожин выделяет шесть основных целей рекламы, одна из которых следующая: реклама общественных организаций и действий социально-гражданской направленности, преследующая свои специфические некоммерческие цели. Ее конечная цель – реализация решений и действий, носящих подчеркнуто неполитический характер. В центре рекламных усилий в этом случае может оказаться деятельность общественной организации, гражданского активиста, просветительская, правозащитная или благотворительная деятельность. Конечная цель такой рекламы достигается через привлечение внимания аудитории к объекту рекламы, формирование позитивного имиджа и предпочтительный выбор [3]. В проекции на образовательную сферу, аудиторией рекламы могут являться учащиеся выпускных и старших классов основной общеобразовательной школы, которые стоят перед сложным выбором дальнейшей (послешкольной) жизни, а объектом рекламы выступает определенный круг профессий.

Необходимо ли включать рычаги рекламных средств и методов в профориентационную работу? Очевидно, что на этот вопрос есть только однозначно положительный ответ, ведь на сегодняшний день, круг выбираемых выпускниками профессий значительно сужен. Опрос, проведённый среди учащихся 10-11 классов Многопрофильного лицея № 1 г. Магнитогорска выявил следующую тенденцию. Большинство подростков отдают предпочтение профессиям юридической и экономической направленности, несмотря на то, что опрашиваемые обучаются на различных профилях и углубленно изучают предметы естественнонаучного цикла (физика, математика и т.д.), проявив при выборе профиля обучения определенные способности и склонности. Такая ситуация связана с существующими стереотипами, которые сформированы из удивительной логической цепочки: если «спрос рождает предложение», значит профессия востребована; при огромном количестве определенных факультетов в учебных заведения различных уровней создается мнимый образ престижности профессии. Отсюда возникают проблемы рынка труда, когда специалистов данной сферы оказывается переизбыток.

Анализ мирового опыта свидетельствует, что из-за быстрой смены технологий, за время трудовой деятельности человек нередко бывает вынужден менять профессию, а значит, каждый должен получить широкий кругозор, познакомиться с различными возможностями преобразующей деятельности людей, оценить свои способности и выбрать направление профессиональной деятельности.

Б.С. Волков отмечает, что профессиональное самоопределение начинается в раннем возрасте в играх детей и постепенно достигает своего реального завершения в юности и молодости [1, с. 122]. На этот процесс оказывает влияние и характер детско-родительских отношений, например, авторитарные родители могут не обращать внимания на интересы ребенка и занижать способности подростка, устанавливая границу его стремлениям [5, с. 86.]. Однако, осознанно делать свой выбор может только социально зрелая личность. И профессиональное самоопределение следует понимать, как процесс становления мотивационно – смысловой доминанты субъекта труда в целостном пространстве жизненного пути человека, где успешность профессиональной деятельности выступает критерием успеха жизни [2, с. 130].

Эффективными в данном направлении могут быть различные формы проведения профориентационных мероприятий, в том числе и организованные встречи с людьми, успешными в профессии, и освещение информации в школьной прессе – газете, доступной всем учащимся.

Также, психологи Л. Выготский, О. Леонтьев, А. Петровский, С. Рубинштейн обосновали важную закономерность: развитие личности происходит в деятельности, причем лишь в той деятельности, которая насыщена элементами творчества и вызывает у человека позитивное отношение к данному виду труда.

В курсе технологии, как школьной дисциплины, есть возможность использовать определенные методы для формирования широкого кругозора будущих абитуриентов в трудовых и профессиональных сферах. После стадии самоопределения собственных интересов и склонностей (9 класс по учебному базисному плану), наступает этап, когда подросток готов активно включиться в процесс самоопределения профессиональной сферы. Здесь своевременно использование метода проектов при изучении в 10 классе раздела «Производство, труд и технологии. Технологии и труд как части общечеловеческой культуры». Темы «Современные технологии материального производства, сервиса и социальной сферы» и «Технологическая культура и культура труда» являются той плоскостью, в рамках которой существует реальная возможность для обучающихся проявить свой творческий потенциал и расширить представление о многих профессиях при выполнении творческих и практических работ. Так как данный вид деятельности подразумевает саморегуляцию, учащиеся вынуждены активно включаться и в исследовательские действия, и в проектные, проходя все этапы. Включаясь в такую работу, подростки сами становятся трансляторами идей привлекательности многих профессий, в том числе и новых.

Сегодня реклама прочно вошла во все сферы нашей жизни, и при использовании ее, как инструмента при изучении, к примеру, темы «Производство и окружающая среда», включает одну из важных функций – социальную. Рекламная информация оказывает огромное воздействие на формирование массового общественного сознания и сознание каждого индивидуума. Обращенная к потребителям, помимо собственно рекламирования той или иной продукции, реклама способствует формированию и внедрению в сознание идейных ценностей общества и, в конечном счете, оказывает определенное влияние на характер общественных отношений.

Список литературы

1. Волков Б.С. Психология юности и молодости: Учебник для вузов. – М.: Трикста, 2006. – 256 с.
2. Рогов Е.И. Выбор профессии: становление профессионала. – М.: Владос-пресс, 2003. -336 с.
3. Рогожин М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности.,3-е изд,. перераб. и доп. – М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2010. – 208 с.
4. Социология молодежи / Под ред. Ю.Г. Волкова. – Ростов н/Д, Феникс, 2001. – 576 с.
5. Ядов В.А. Саморегуляция и пргнозирование социального поведения личности. – Л.: Наука, 1979. – 142 с.

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ РЕКЛАМЫ

Голубкова Г.П., Чистякова А.А.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: elb300@mgn.ru

Если рассматривать рекламу без принятых в маркетинге метафорических определений типа «раскрутка» или «продвижение» товара, а понятие «информация» – как обозначение передаваемого содержания, а не как само содержание, то реклама (рекламная коммуникация) могла бы рассматриваться как деятельность.

В систему рекламной коммуникации как деятельности включены, в частности, такие составляющие, как цель, материал, средства, продукты деятельности, способы и методы, а также знания. Деятельность, реализуемая в контексте социально-культурных ситуаций, воспроизводится при помощи технологии.

Поскольку особенностью рекламной деятельности является то, что ее составляющие преимущественно связаны с человеком и с отношениями «человек – человек», то в этой связи рекламная деятельность в своем воспроизводимом формате понимается как гуманитарная технология, направленная на коллективную деятельность людей на основе современного гуманитарного знания.

В рекламной деятельности элементами гуманитарной технологии выступают методы и техники аналитической работы, кластерного и многофакторного анализа, маркетинговые и рекламные стратегии, технологические матрицы анализа и проектирования целевых аудиторий, потребительские инсайты, концепции позиционирования, медиастратегии и медиапланы, методы и способы разработки креативных решений, стратегии и тактики ценообразования и продаж на рекламном рынке, знаки и знаковая среда и т.п. Следовательно, в гуманитарных технологиях, прежде всего, востребовано мышление в различных его проявлениях, способное порождать системное знание в деятельности.

Организация мышления является ключевой особенностью в требованиях рекламной индустрии к выпускникам высших учебных заведений в виде запросов на обладание начинающими специалистами «системным мышлением», «целостным подходом», «креативностью и гуманитарным кругозором», достаточным уровнем общей культуры.

Как показывает практика рекламного образования способы организации обучения и подготовки будущих специалистов рекламы слабо отражают методы практического мышления, а также конструирование и освоение гуманитарного знания, что приводит к противоречию с практикой рекламной индустрии и развития отечественного предпринимательства.

В качестве примера рассмотрим особенности образования и практической деятельности в фундаментальной и прикладной сферах (таблица).

Различие в содержании подготовки по фундаментальным и прикладным наукам

В фундаментальной сфере	В прикладной сфере
Осмысление проблемы строго в терминах академической науки	Осмысление проблемы диктуется целями организации и потребностями менеджмента в информации
Круг проблем неограничен, все определяется нормами академической свободы	Выбор проблемы для исследования ограничен и диктуется интересами организации
Круг проблем ограничивается соблюдением дисциплинарных границ социологии	Решаемые проблемы носят меж- и многодисциплинарный характер
После окончания вуза тесные контакты с коллегами	После окончания вуза изолированность от академического сообщества
Время на проведение исследования обычно не ограничивается	Жесткие временные сроки на проведение исследования
Основной акцент на получение новых знаний и глубинный анализ реальности	Основной акцент на применение готовых знаний и фрагментарный анализ реальности
Статус и должность повышаются за соблюдение норм профессионального сообщества	Статус и должность повышаются за соблюдение правил данной организации, компании

Как видно из таблицы, вначале фундаментальная подготовка не была строго отграничена от прикладной. Однако постепенно разрыв между двумя ветвями подготовки увеличивался. Отчуждение нарастало по мере того, как фундаментальная сфера пользовалась все большим, а прикладная все меньшим престижем. Однако в 70-е годы наметился поворот, фундаментальные школы активно занялись прикладными проектами и начали обучать прикладным наукам своих студентов.

Подготовка в вузах фундаментальных и прикладных специалистов различается, поскольку первые сосредоточены на внутренней валидности, а вторые – на внешней, их работа приносит пользу заказчику.

Распространение прикладных специальностей в последнее время получило широкое распространение среди желающих получить высшее образование.

Учитывая практическую направленность рекламной деятельности и организацию мышления способную порождать системное знание в этой деятельности, усвоение учебного материала не может носить линейный характер: прочитал (услышал) – запомнил – сдал экзамен (зачёт) – забыл. Такой процесс быстро отчуждает услышанную или увиденную информацию от студента, тогда как «погружение» в образовательную деятельность делает его полноправным участником образовательного процесса.

Так широко распространённый в настоящее время метод проектирования отвечает требованиям подготовки практико-ориентированных специалистов рекламы. Рассмотрим этот метод через призму конкретных практик работ в области анализа потребительского поведения, маркетинговых исследований, рекламы.

В системе профессиональной подготовки специалиста рекламы продукт проектировочной деятельности выражается в особой знаковой форме, а в его разработке можно выделить ряд процедур, совершаемых последовательно или параллельно:

1. Первая процедура – методологическая – определяет общую концепцию автора, которая способствует интерпретации задания и позволяет ему ориентироваться в широком контексте задачи и целесообразно осмыслить предложенную программу проектирования. Эта процедура включает актуализацию мировоззренческой установки, привлечение необходимых знаний об объекте проектирования и условиях его функционирования. В рекламной практике данная процедура соответствует решению маркетинговых аналитических задач:

• оценка размеров и характеристика сегментов рынка;

• подготовка население к возможности появления нового продукта;

• получение информации о действительной потребности в данной услуге(товаре) на текущий момент;

• выявление воздействия причинных факторов на уровень потребительского спроса;

• определение диапазона изменения цены на конкретную ус лугу (товар);

• выделение ассортиментной группы первоочередного спроса

• выработка основных принципов сервисного обслуживания клиентов.

Отправным пунктом психологического анализа понимания поведения покупателей может послужить модель маркетинговых стимулов и ответной реакции покупателей. В соответствии с ней маркетинговые стимулы и побудительные факторы окружающей среды являются входными элементами по отношению к сознанию покупателя, а конкретное решение о покупке зависит от личностных характеристик индивида и особенностей процесса принятия им решения. Задача маркетолога – понять, что происходит в сознании потребителя между моментом воздействия на него внешних стимулов и принятием решения о покупке, широко применяя методы исследования.

2. Вторая процедура состоит в организации взаимодействия студента, педагога и проектной модели в процессе выполнения учебного задания. Здесь осуществляется влияние результатов предпроектного исследования на конструирование замысла и его выражение в проектной модели. Эта процедура учебного процесса основана на передаче опыта проектной деятельности от преподавателя к студенту. Педагог получает возможность непосредственно управлять ходом работы, регулировать учебный процесс, контролировать результат процесса деятельности:

1) получение материалов студентом

2) формулирование собственных целей занятия на основании предложенной темы и цели прочтение задания,

3) составление плана собственной образовательной траектории внутри занятия

4) прочтение учебного модуля

5) выполнение задания по созданию собственного образовательного продукта по теме

6) вопросы другим участникам курса и ведущему дискуссию по теме занятия

7) корректировка задания

8) отправка работы.

3) Третья процедура содержит анализ промежуточных результатов по критериям экономической и рыночной целесообразности.

Решению этих задач способствует применение следующих практических методов:

• сбора маркетинговых данных;

• измерения в маркетинговых исследованиях;

• соотношение качественных и количественных подходов;

• изучение потребителей;

• изучение конкурентов;

• сегментация рынка и пр.

4. Четвертая процедура содержит синтез материала, накопленного в ходе творческого поиска и процедур анализа, позволяет видеть объект в его целостности. Эта процедура завершает цикл проектных процедур, а ее результат содержит посылки для нового цикла разработки проектной модели. В ситуации рекламной практики эта процедура есть окончательный этап разработки рекламного продукта: выбор традиционной и нетрадиционной рекламы, применение современных рекламных технологий, творческих стратегий, процессов генерирования рекламных идей, а также методы создания рекламного образа, рекламного обращения, планирования и проведения рекламных кампаний.

Бытует мнение о том, что категория «выпускник вуза» не востребована на рынке труд, однако это всего лишь стереотип. На самом деле есть компании, которые готовы брать на работу молодых специалистов и даже без опыта работы. Критерии отбора содержат как правило соответствие образования и направления деятельности. Немаловажными для работодателя являются следующие качества претендента: способность к творчеству, нацеленность на достижение результата, работа в команде и др. Кроме того, при трудоустройстве в компанию претендентов могут пригласить на деловую игру, где разыгрывается ситуация рабочего дня молодого сотрудника. На наш взгляд, достойно выглядеть в предложенных работодателем ситуациях поможе-т профессиональная подготовка, включающая по большей части практические навыки в области выбранной профессии.

Список литературы

1. Алексеев Н.Г., Павлов И.С., Скворчевский К.А., Швецов В.В. Взаимодействие городской инфраструктуры, рынка труда и профессионального образования средствами маркетинга и проектной формы обучения. – М. 2006.

2. Леонтович А.В. Подборка статей о практике организации исследовательской деятельности учащихся. / Завуч, № 1, 2001, с. 93-119.

3. Скворческий К.А. Технология подготовки специалистов по маркетингу / Профессионал. – 2003. – № 2. – С. 9-12.

4. Слободчиков В.И., Павлов И.С. Содержание профессионального образования в условиях информационной среды. М. ГОУ «Колледж предпринимательства». 2008.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ: ТИПЫ И ОСОБЕННОСТИ

Гузев С.А., Комиссарова М.Н.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: gildmai@yandex.ru

Информация в наш век играет ключевую роль в функционировании общественных институтов и в жизни каждого гражданина. Для нормального функционирования единого информационного пространства требуется унификация информационных и телекоммуникационных технологий.Это дает возможность усиливать свое политическое, экономическое и военное превосходствоза счет лидерства в информатизации государств с высоким научно-техническим и промышленным потенциалом.

В августе 1995 года Национальным Институтом Обороны США была опубликована работа Мартина Либики. В ней автор выделил 7 форм информационной войны:

Командно-управленческая – направлена на каналы связи между командованием и подчинёнными

с целью лишить последних управления и координации сверху.

Разведывательная – заключается в сборе и защите военно значимой информации.

Психологическая – информационная обработка населения – «промывка мозгов».

Хакерская– определённые действия, которые приводят к сбоям в работе связи. Оружием в данном виде войны выступают компьютерные вирусы.

Экономическая – информационная блокада и информационный империализм, гдепод блокадой подразумевается, прежде всего, перекрытие каналов коммерции.

Электронная – выведение из строя электронных средств связи: компьютерных сетей, сотовых вышек, радиоузлов и т.д.

Кибервойна – в отличие от хакерской войныконечной целью является захват информации [2].

Самой масштабной и опасной по праву считается психологическая война. Она оказывает информационное воздействие на широкие круги общественности. Для того, чтобы информационное воздействие оказалось эффективным необходимо частичное присутствие правды. На этом фоне могут поступать и необходимые порции ложных данных. Наиболее эффективный метод заключается в расчленении явления, выделении истинных, но единичных фактов и отождествления их с самим явлением, т.е. создание на основе истинных фактов ложной информационной структуры. Сложные образования такого рода носят название политических мифов. Внедрение в сознание политических мифов позволяет заменить целостное мировоззрение фрагментарным, искажающим реальную картину. Грамотное сочетание таких мифов изменяет отношение общества к определённой проблеме.

Грузино-Осетинская война, как пример информационной психологической войны государств.Скрытая информационная война против России началась еще до начала грузинской агрессии. Войну предвещали информационные скандалы со сбитым российским беспилотником, перехваченной российской ракетой, задержанием российских миротворцев – все это можно отнести к заблаговременной информационной подготовке. Задолго до начала грузинской агрессии шло формирование негативного образа России, как агрессора, в первую очередь для западной аудитории.

Победив в вооруженном противостоянии, Россия проиграла на информационном поле. На то есть ряд причин: Грузия не препятствовала попаданию западных журналистов в зону конфликта. В свою очередь Россия сделала практически невозможным доступ к Южной Осетии для представителей нероссийских СМИ, что было большой ошибкой.На базе канала «Триалети» был развернут информационный центр в Гори, который обслуживал и грузинских и иностранных журналистов. При этом российские СМИ и интернет в Грузии были заблокированы, а телемосты с США и Европой проводились регулярно и на английском языке. «Грузия-онлайн», «Имеди», «Рустави-2» и другие грузинские медиа-ресурсы всех видов действовали в тесном взаимодействии, выступая единым информационным полем. В то же время Россия не создала на территории Южной Осетии оперативного пресс-центра. Министерство обороны и МИД действовали не скоординировано, давали недостоверную и противоречивую информацию, которая достаточно легко опровергалась. В данном противостоянии Россия лишь отбивала информационные нападения, упустив при этом стратегическую инициативу. Конфликт в Осетии показал, что Россия не имеет структуры для ведения современной информационной войны. В МИДе, Минобороны, ФСБ есть отдельные структурные подразделения, которые специализируются на работе со СМИ и информацией, но на общегосударственном уровне такой системы, которая бы занималась координацией работы всевозможных ведомств в информационной среде, в нашей стране нет. Профессор Игорь Панарин считает, что вооруженный конфликт в августе 2008 продемонстрировал организационно-управленческую проблему Правительства и Администрации Президента. В России нет целевой работы по воздействию на СМИ, общественное мнение стран участниц СНГ и мира.

Список литературы

1. http://cuamckuykot.ru/vkurse-6795.html.

2. http://dvo.sut.ru/libr/soirl/061/articles/articl16.html.

3. http://topwar.ru/17455-voyna-v-yuzhnoy-osetii-informacionnaya-sostavlyayuschaya-konflikta.html.

РОЛЬ СИСТЕМНОГО ДИЗАЙНА В ПРОЕКТИРОВАНИИ МОЛОДЕЖНЫХ ДВИЖЕНИЙ

Каралюк О.С., Чабанова Д.А.,
Жукова М.А., Краснова Т.В.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: Olga_image@bk.ru

Многие авторы и создатели молодежных движений в своих трудах уделяют огромное значение идеологии, привлекающей определенную целевую аудиторию, среде, в которой участники обмениваются идеями, целями и задачами. Являясь авторами молодежного движения, мы хотели обратить внимание на связующее звено всех перечисленных элементов. Таким звеном является художественный образ [1]. Яркий художественный образ способен дать мотивацию на вступление в ряды молодежного движения. Стоит вспомнить советское время, когда идеология была неразрывно связана с художественной стороной: пропагандистские плакаты, несущие в себе образ пионера, комсомольца.[2] Молодежное движение, подкрепленное мощным художественным образом, имеет большую убедительность. Следует учитывать неразрывную связь художественного образа с идеологией миссией целями и задачами движения [3]. Проектирование молодежных движений должно апеллировать к методу системного дизайна и включать в себя 3 компонента: дизайн концепцию, базирующуюся на миссии движения, дизайн программу, решающую определенные задачи, дизайн сценарий, решающий проблему соответствия целевой аудитории [5]. Любое проектирование в дизайне — это сложный многоступенчатый процесс, который посвящен созданию модели некоего еще не существующего явления, объекта [7]. Системный подход упрощает, ускоряет процесс проектирования, сводит к минимуму возможность ошибок, так как все систематические методы логически выстроены и имеют возможность контроля [4]. С помощью метода системного дизайна, нами был создан и реализован проект молодежного движения «букрейсеров». Приступая к процессу работы над проектом, мы определили для себя цель: создание молодежного движения города Магнитогорска, направленного на формирование у молодого поколения культурных и патриотических ценностей. В процессе исследования нами решались следующие задачи: выявление интересов учащихся общеобразовательных школ, на основании проведенного анализа разработка концепции, создание фирменного стиля молодежного движения, продвижение молодежного

движения с помощью социальных сетей. По результатам исследования мы выявили интересы молодежи. Выяснилось, что в среде целевой аудитории (школьники старших классов) популярен активный образ жизни и занятие спортом. На этапе проектирования концептуальной идеи нами был использован метод мозгового штурма. С помощью данного метода мы пришли к итоговому варианту названия молодёжного движения «Bookracer», что означает «Книжный гонщик» и отражает в себе синтез нашей цели (приобщение целевой аудитории к культурным ценностям) и интересы молодежи (активный образ жизни, спорт). Для проработки образа героя – книжного гонщика, мы попытались выявить его основные характеристики и найти ассоциативные моменты, позволяющие донести до зрителя в доступной форме идею этого образа [6]. Нами был проведен опрос, в котором респондентам предлагалась отразить ассоциации вызванные названием «Bookracer». Респонденты выражали ассоциации, как в форме слов-ассоциаций, так и в форме абстрактных рисунков. Проанализировав слова-ассоциации и рисунки, мы выявили наиболее часто повторяющиеся, а значит, являющиеся отражением мнения большинства. На основе ответов респондентов нами была составлена словесная и графическая концепция. При дальнейшей детальной проработки графической концепции нами был создан персонаж молодежного движения. А при проработке словесной концепции создан слоган молодежного движения. Так же нами была обозначена миссия движения: актуализировать в среде молодежи важность культурных и патриотических ценностей для конструктивного развития цивилизованного общества. Для продвижения молодежного движения в социальных сетях мы создали элементы фирменного стиля, основанного на персонаже «книжного гонщика». Нами было разработано информационное наполнение страницы в социальных сетях, включающее в себя призыв вступить в ряды «букрейсеров». Далее мы приступили к процессу продвижения молодежного движения в социальных сетях: создали группу в социальной сети «В контакте», популярной в молодежной среде, поместили аватар, разработанный в соответствие с фирменным стилем, информационное наполнение. Идея продвижения молодёжного движения в социальных сетях была нами адаптирована под конкретные условия, в частности нас интересовала целевая аудитория – учащиеся старших классов города Магнитогорска. Заключив договор о сотрудничестве с Центральной библиотекой города, мы составили программу и сценарий продвижения станицы молодёжного движения в социальных сетях, в среде целевой аудитории. Суть идеи заключалась в непосредственном взаимодействии с целевой аудиторией через проведение в стенах библиотеки – культурного цента города, ряда мероприятий, содержащих развлекательно – информационный компонент (соревнование-викторина между старшими классами различных школ города, тематически привязанной к миссии движения букрейсеров: конкурсов, посвященных патриотизму и культуре, интеллектуальных викторин, посвященных русской литературе и т.д.) и рекламу-анонс нового молодежного движения. Призами участникам и победителям интеллектуальных викторин явилась фирменная атрибутика движения букрейсеров: футболки, бейсболки, брелоки, блокноты и прочее. Ведущие анонсирующие новое молодежное движение были также обозначены фирменной атрибутикой. Фото сессии с мероприятий выкладывались на странице движения в социальных сетях, что стимулировало участников посетить страницу и распространить информацию среди сверстников, не принимавших участие в рекламно-развлекательном мероприятии. В оформлении всех мероприятий мы использовали фирменный стиль движения. Футболки с изображением персонажа «книжного гонщика», плакаты, презентации непосредственно самого движения и мифа о персонаже – букрейссере. В результате проведенных мероприятий и работы в социальной сети наше движение набрало более двухсот участников и стало особенно популярным среди школьников девятых классов г. Магнитогорска. Системный подход к проектированию в области рекламы и дизайна позволил нам создать проект жизнеспособный и эффективный. Временные рамки начала работы над созданием проекта и контрольного среза результатов его внедрения в социальных сетях составляют пять месяцев. На сегодняшний день движение букрейссеров насчитывает 217 человек – это активные посетители станицы в сети Интернет, принимающие участие в Интернет – конкурсах букрейссеров, в Интернет – голосованиях, интересующихся новинками киноиндустрии и анонсами печатных изданий. В дальнейшем, нами планируется проведение флешмобов букрессеров, игровое ориентирование на местности и проведение городского фестиваля букрейссеров. Вывод: именно системный подход к проектированию позволил нам создать жизнеспособный и эффективный проект.

Список литературы

1. http://www.taby27.ru.

2. http://www.zpu-journal.ru.

3. Левикова С.И. Молодежные культуры и объединения, 2010.

4. Нехаев В.В. Молодежная политика и направления ее совершенствования, 2010.

5. http://psyfactor.org.

6. http://www.osp.ru.

7. http://bse.sci-lib.com.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА «ВЫБОР ТИПА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ И КАНАЛОВ ЕЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ»

Рейдер Т.С., Чистякова А.А.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: elb300@mgn.ru

Цель работы: закрепление знаний и практических навыков медиапланирования с использованием инструментов маркетинга.

Задание к контрольной работе: разработать дизайн рекламного продукта и определить каналы его распространения

Контрольная работа состоит из четырех заданий, выполняемых в PowerPoint. Решение поставленных задач должно быть представлено в виде медиаплана.

Задание 1. проанализировать сильные и слабые стороны фирмы

Задание 2. Изучить динамику продаж за определённый период времени

Задание 3. Определить ЦА и каналы распространения информации

Задание 4. Проанализировать эффективность рекламных усилий

Литература к заданию

1. Балабанов А.В. Занимательное медиапланирование. – М. РИП-холдинг, 2007.

2. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М., РИП-холдинг, 2003.

8. Евстафьев В.А. Яссонов В.Н. Введение в медиапланирование. – М., Национальная ассоциация телевещателей., 2010.

ВВЕДЕНИЕ

Медиапланирование -процесс поиска оптимального размещения рекламы в средствах распространения и способах доставки рекламных сообщений.

В рамках данной работы Мы составим медиаплан для офиса ООО "Классика-М" расположенного по адресу ул. Печатника Григорьева дом 8 на период с 20 июля 2012 года по 20 сентября 2012 года.

ЭТАПЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ

1. Изучение продвигаемого товара

2. Изучение и обработка данных по продажам за период с марта по апрель 2012 года, на основе которых будет сформулированы цели и задачи для медиапланаи СМИ.

3. Определение целевой аудитории

4. Определение СМИ вовлеченных в продвижение товара.

ИЗУЧЕНИЕ ПРОДВИГАЕМОГО ТОВАРА

SWOT - анализ предполагает изучении сильных и слабых сторон, подконтрольных фирме внутренних параметров (факторов) ее состояния, сбытового поведения и жизнедеятельности вообще.
SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), что означает “Сила”, “Слабость”, “Возможности”, “Угрозы”. Известные, но разрозненные и бессистемные представления отоваре и его окружении SWOT анализ позволил сформулировать в виде логически согласованной схемы взаимодействия сил, слабостей, возможностей и угроз.

ИЗУЧЕНИЕ ПРОДВИГАЕМОГО ТОВАРА

	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Внутренняя среда	**сильные стороны** - оперативность - индивидуальность (работа под заказ) - широкий ассортимент	**слабые стороны** - отсутствие своего производства офсетной и широкоформатной печати - износ оборудования - изготовление небольших тиражей
Внешняя среда	**возможности** - неснижающийся интерес к сувенирной и фирменной продукции - неснижающийся интерес к традиционным видам рекламы (листтовка, буклет...)	**угрозы** - высокая конкуренция на рынке - рост цен на сырье и материалы

ИЗУЧЕНИЕ И ОБРАБОТКА ДАННЫХ ПО ПРОДАЖАМ ЗА ПЕРИОД С МАРТА ПО АПРЕЛЬ 2012

ИЗУЧЕНИЕ И ОБРАБОТКА ДАННЫХ ПО ПРОДАЖАМ ЗА ПЕРИОД С МАРТА ПО АПРЕЛЬ 2012

На основе полученных данных мы сделали ВЫВОД

1. Целесообразно направить усилие на привлечение новых клиентов.

2. Поддержать интерес уже привлеченных клиентов

Таким образом Работа нашего медиаплана будет проводиться в двух направлениях
1. Информационная реклама.
2. Повышение лояльности к компании

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

На основе SWOT анализа и анализа заказов по направлениям нашей целевой аудиторией являются частные лица и небольшие организации организации.

В данном случае, по первому направлению нашей деятельности (информационному), мы обратимся к сотрудникам БЦ "Стрела" и БЦ "Петровский"

По второму направлению (Повышение лояльности к компании), мы обратимся к клиентам уже сделавшим заказ.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СМИ ВОВЛЕЧЕННЫХ В ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА

Каналом распространения информационной рекламы мы выбрали распространение флаеров. Листовки распространяемые у бизнес центров, позволят нам более точно обратиться к выбранной нами целевой аудитории, что повысит эффективность рекламы.

Для повышения лояльности клиентов в качестве сувенирной продукции мы изготовили блокноты с фирменной символикой.

ФЛАЕРЫ

ФЛАЕРЫ
Цифровая печать
Формат 80х200 мм
Цвет 4+4
Бумага люми 130 гр.
Тираж 800 шт.
Стоимость 2300 р.

Работа рекламного агента
100 р./час
6 часов х 100 р./час = 600 р.

Стоимость мероприятия 2900 р.
Стоимость рекламного контакта
2900:800 = 3,6 р.

БЛОКНОТЫ

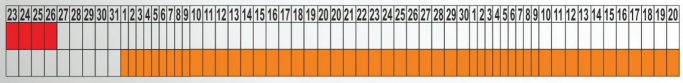
БЛОКНОТЫ
Тираж 150 шт.

Обложка
Цифровая печать
Обрезной формат 55х210 мм
Цвет 4+0
Бумага люми 300 гр.

Внутренность
Ризография
Обрезной формат 55х100 мм
Цвет 1+0

Стоимость 3200 р.

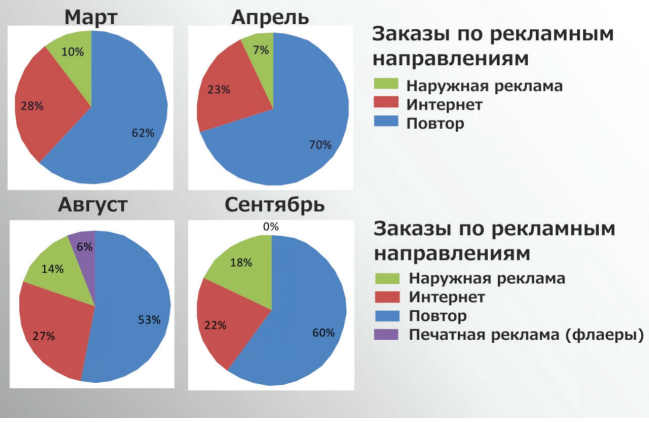
МЕДИАПЛАН

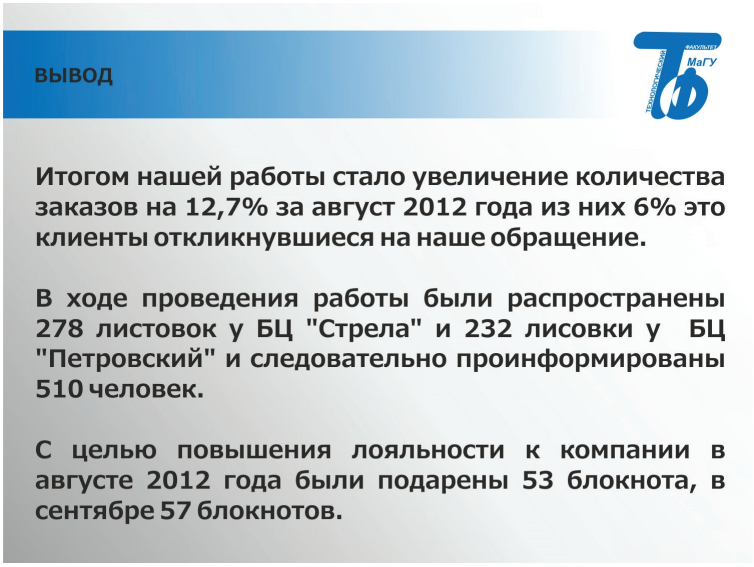


Распространение листовок с 8.30 до 10.00

"Блокнот в подарок"

ИЗУЧЕНИЕ И ОБРАБОТКА ДАННЫХ ПО ПРОДАЖАМ ЗА ПЕРИОД С МАРТА ПО АПРЕЛЬ 2012





ПРОЕКТ «РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА ФАСАДА РЕСТОРАНА БЫСТРОГО ПИТАНИЯ»

Самородов Г.К., Чистякова А.А.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: elb300@mgn.ru

Цель проекта: разработать колоритный дизайн фасада, с целью привлечения клиентов.

Маркетинговая ситуация: в ноябре 2012 г в ТРК Гостиный Двор, на фуд-корте, начал свою работу ресторан быстрого питания **«DonTaco»**. Основные составляющие меню данного ресторана – традиционные блюда мексиканской кухни. Главной особенностью ресторана является «двойной» способ осуществления заказа:

1) гость может пройти в помещение и присесть за столик в ожидании заказа;

2) для тех, кто не заходит в помещение, существует т.н. линия раздачи. Это «прилавок» на территории фуд-корта, на котором можно забрать свой заказ. Также этот «прилавок» является неотъемлемой частью фасада ресторана.

Креативная задача: используя семиотические знаковые системы представить фасад ресторана в виде яркого обособленного пятна, а с помощью психологических методов визуального воздействия на потребителя «объяснить» ему, что ресторан специализируется на блюдах мексиканской кухни.

Творческий план:

1. Ознакомиться со стереотипной «символикой» Мексики, «посмотреть» на страну глазами потенциального клиента.

2. Привести примеры оформления подобных ресторанов.

3. Рассмотреть поисковые варианты оформления фасада и выбрать окончательный.

Процесс создания дизайна:

1. Наиболее характерной символикой Мексики являются: государственная атрибутика, фестивали,

гитары, усы, перцы, маракасы, абстрактные символы времен ацтеков и майя.

2. Примеры использования Мексиканской символики в оформлении фасадов ресторанов мексиканской кухни.

3. Поисковые варианты оформления фасада. Дизайн нового фасада имеет три составляющие:
• «шапку», т.е. само название ресторана;
• линию раздачи, «прилавок»;
• светодиодный короб над линией раздачи.

Исходный вариант дизайна фасада

Don Taco
Don Taco
Don Taco
Don Taco
DON TACO
DON TACO

Шрифты для названия ресторана

Предпочтение отдано образцу шрифта № 2, как носителя древней мексиканской культуры, образца «первобытности» очертаний, непринужденности, жизнерадостности атмосферы

На основании использования цветов и символики, наиболее подходящих элементов для создания ассоциативного ряда с Мексикой, разработан ряд вариантов фасада.

Вариант 1

Вариант 2

Вариант 3

Вариант 4

Вариант 5

Предпочтение из предложенных вариантов оформления фасада отдано варианту № 2, поскольку общая асимметричность композиции базируется на создании легкого, не обремененного излишней «официальностью» настроения, столь немаловажного для целевой аудитории ресторана.

Список литературы

1. Бодрийар Ж. Система вещей. – М., 2001. – 173 с.
2. Гельман И. А. Реклама плюс. Реклама минус. – М., 2000. – 280 с.
3. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – М., 2004. – 832 с.
4. Ковриженко М. Креатив в рекламе. – М., 2004. – 252 с.

ПОВЫШЕНИЕ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ О БРЕНДЕ СРЕДСТВАМИ МЕДИАМИКСА

Тажикеева А.Д., Комиссарова М.Н.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: tazhike-aigul@mail.ru

Согласно проведенным исследованиям, от продуманного медиапланирования зависит достижение поставленных рекламных целей. Так, в настоящее время рекламный бизнес стремительно развивается и прогрессирует, а высокая конкуренция заставляет компании искать новые способы привлечения покупателей. Реклама требует вложений, которые можно растратить напрасно, в том случае, если не четко определена задача, принимаются необдуманные решения о рекламном бюджете, выборе средств распространения рекламы или не производится оценка результатов рекламной деятельности. Таким образом, при выборе канала передачи, в первую очередь, нужно учитывать характер рекламируемого товара (новый или уже существующий), содержание рекламы, размеры рынка (его емкости), цели рекламы (информативная, увещевательная или напоминающая), масштабы рекламной кампании, круг возможных потребителей, технические возможности средств и каналов рекламы [1, с. 107].

В современных условиях высокой насыщенности рынка потребительскими товарами использование одного рекламного канала, т.е. однородной рекламы – недостаточно. Сделать стратегический выбор в пользу тех или иных медианосителей невозможно без понимания их возможностей и ограничений.

Так, телевидение является самым массовым медианосителем. Возможность визуальной коммуникации делает телевидение незаменимым, когда речь идет об укреплении имиджа или о выводе на рынок нового продукта, свойства которого нужно долго объяснять. К примеру, в ролике моющего средства Ariel Gel помимо самого геля рекламировался роллер-дозатор, который кладут в барабан стиральной машины. Однако в инструкциях пишут, что класть в нее посторонние предметы запрещается. В случае с Ariel Gel, вероятно, ничто, кроме ТВ, не способно было убедить покупателя, что класть дозатор можно и даже нужно.

Радио – оптимальное СМИ для информативных и краткосрочных рекламных акций в пределах одного города. Оно ненавязчиво заставляет людей запомнить название марки при удачном звуковом ряде. Ярким примером здесь может служить реклама такси г. Магнитогорска «Максим» название и телефон которой многие помнят до сих пор. Однако радио не годится там, где товар нужно «показать лицом». Так, некоторые компании, рекламируя новый продукт в красивой упаковке, старались сэкономить и именно поэтому выбрали радио. Широкий охват целевой аудитории был обеспечен, но без визуальной коммуникации реклама оказалась малоэффективной, если потребитель не видит упаковку, ему трудно запомнить продукт.

Главная особенность бумажной прессы – в ее четкой сегментированности. Целевая аудитория в большинстве случаев хорошо известна, что значительно

облегчает выбор изданий. Кроме того, рекламные тексты в прессе читают гораздо внимательнее, чем на других печатных носителях, поэтому здесь можно размещать подробную рекламную информацию. Кроме того, в журналах и газетах возможно максимально тесное общение с покупателем через анкеты, купоны, лотереи и т.п.

Наружные носители – сравнительно дешевый тип медиа для проведения локальной рекламной акции. К тому же именно в наружной рекламе возможны самые неожиданные креативные решения. Но у «наружки» есть большой недостаток – невозможно провести федеральную кампанию. Кроме того, на эффективность наружной рекламы влияют погодные условия. В холодное время года из-за слабой видимости и плохого состояния носителей низка, например, отдача от рекламы на наземном транспорте.

Каждое медиа-средство обеспечивает разные показатели охвата, частотности и силы воздействия. Каждому каналу характерны специфические «плюсы и минусы». Умение принять верное решение о выборе средства распространения рекламной информации – залог успеха компании [2, с. 28].

В таком случае, верным решением может оказаться одновременное использование различных рекламных средств – медиамикс. В целом исследования показывают, что рекламные кампании, использующие медиамикс, более эффективны, чем кампании, использующие только одно средство массовой информации. При правильном сочетании различных носителей максимально возрастает осведомленности потребителей о том или ином бренде.

Исследовательскими компаниями Millward Brown и A.C. Nielsen Corp. было обнаружено, что 65% потребителей, видящих рекламу по телевизору и в журналах, более осведомлены о том или ином бренде, чем 19% людей, видящих рекламу только в журналах и 16%, смотрящих исключительно телевизионную рекламу [3, с. 203].

Список литературы

1. Карпова С.В. Рекламное дело: учеб.-метод. пособие и практикум. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 224 с.
2. Медведева Е. Основы рекламоведения. – М.: РИП – холдинг, 2004. – 266 с. – Сер. «Академия рекламы».
3. Назайкин А.Н. Медиапланирование: учеб. пособие. – М.: Эксмо, 2010. – 400 с.

КОНЦЕПЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЭФФЕКТИВНОЕ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ – СТРАТЕГИЯ УСПЕХА»

Терентьева В.В., Чистякова А.А., Шашкова Л.М.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: elb300@mgn.ru

Миссия – содействие формированию эффективной системы бизнес-образования, способной обеспечивать образование и профессиональную подготовку кадров для отечественных предприятий и организаций.

Цель: участие в разработке стратегии развития бизнес-образования в городе; формирование и развитие российского подхода к бизнес-образованию с ориентацией на российского потребителя; обеспечение качества российского бизнес-образования.

Задачи: организация научно-методической и консультационной помощи по вопросам бизнес образования; участие студентов в интерактивных мероприятиях бизнес-образования; позиционирование в рекламном бизнесе посредством участия в коллективной творческой деятельности.

Структура проекта: теоретический блок; организационно-деятельностная игра (ОДИ); конференция.

I. Теоретический блок: «Психология бизнеса»

Раздел I. Введение в бизнес

1.1. Бизнес как деятельность

1.2. Бизнес как социо-культурный институт: исторические предпосылки бизнеса, роль бизнеса в истории

1.3. Границы бизнеса: бизнес, квази-бизнес, небизнес

Раздел II. Человек бизнеса

Действующие лица и исполнители на сцене бизнеса: Предприниматель. Менеджер. Инвестор. Лидер.

Раздел III. Психические качества человека бизнеса

3.1. Активность, готовность действовать в условиях неопределенности

3.2. «Счетность» мышления

3.3. Маркетинговое мышление

II. ОДИ «Психология бизнеса»: введение в бизнес; человек бизнеса; психические качества человека бизнеса.

Цель ОДИ – анализ и решение проблемы развития личной индивидуальности.

Планируемый результат: обнаружение психических качеств человека бизнеса у студентов через построение мыследеятельности (мышление, мыслекоммуникация, мыследействие) на основе теоретического материала по психологии бизнеса.

Организационная структура:

1. Организаторы проекта: кафедра рекламы технологического факультета МаГУ.

2. Игротехническое обеспечение: доценты кафедры, профессиональные игроки бизнес-образования, профессиональные игротехники.

3. Участники проекта – студенты 4 и 5 курса специальности «Реклама».

III. Конференция «Позиционирование в рекламном бизнесе»

Цель конференции:

Предъявление позиций и проблем действующих предпринимателей города. Пути формирования стратегии развития бизнес-образования в городе.

Программа конференции**:**

1. Ознакомление участников с темой конференции и результатами анализа работы первых 2-х блоков, посредством рассылки материала за 2 (две) недели до конференции.

2. Пленарное заседание, доклады о состояние и тенденциях развития малого и среднего предпринимательства в городе.

3. Работа дискуссионных площадок: «Кадровый потенциал – ресурс развития малого предприятия», «Эффективность деятельности бизнес-инкубаторов».

Вопросы для обсуждения:

Мониторинг деятельности бизнес-инкубаторов.

Коммерциализация услуг бизнес-инкубаторов.

Система обучения Стартапов.

Продвижение стартапа (Startup Crash-test)

4. Выработка предложений в резолюцию конференции.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА, НАПРАВЛЕННАЯ НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ К ПРОБЛЕМЕ ДЕТЕЙ-СИРОТ

Терентьева Е.В., Корнева Е.Н., Краснова Т.В.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: Katrin.910@bk.ru

В современном мире проблема детей сирот имеет немаловажное значение и достойна внимания со стороны общества, так как с каждым годом число детей

сирот увеличивается [2]. Возникает проблема недостаточного внимания общества к воспитанию личности ребенка. И, как следствие, отсутствие полноценного развития и адаптации ребенка в обществе [1].

Сиротство – социальное явление, обусловленное наличием в обществе детей, оставшихся без попечения родителей вследствие их смерти или лишения их родительских прав, признания родителей недееспособными, безвестно отсутствующими и т.д. [4]. Дети-сироты как никто другой нуждается в помощи, однако, помощь со стороны общественности должна быть не финансовая, а заключаться в моральной поддержке [3].

Привлечь внимание общественности к той или иной проблеме можно с помощью социальной рекламы. Социальная реклама — вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечение внимания к проблемам социума [4]. Она способствует решению многих задач, которые касаются детей-сирот: информирование общества, об уровне жизни детей-сирот, их нуждах, личных и групповых проблемах; привлечение внимания людей, способных оказать помощь и поддержку конкретному ребенку или группе детей-сирот; создание и развитие новых качественных услуг для детей-сирот, их самоадаптации, и самореализации и другие [4].

Корректная подача образно-смысловой информации о проблемах несовершенства социума, при этом задача создания образа-истории, способной донести до общественности идеи гуманизма, трагедию каждого из сирот – вот те аспекты, на которые следует обратить особое внимание при создании рекламных продуктов социальной направленности. В нашем случае при создании социально-направленного рекламного ролика проектная проблема решалась следующим образом. При проектировании социального ролика мы пришли к выводу, что за основу нами будет взята технология мультипликации. Именно мультипликационная подача образа, на наш взгляд, позволит перенести зрителя в его далекое детство вызвать у него чувство эмпатии по отношению к главному герою. Простые, примитивные черно-белые графические композиции, созданные нами в кадрах ролика, ассоциируются у зрителя с «автором» ролика – ребёнком, который якобы нарисовал свою историю. Создается впечатление передачи информации «из первых уст», что способствует формированию высокой степени доверия зрителя, состраданию и желанию оказать помощь.

Героиней социального ролика является одинокая девочка, олицетворяющая всех детей-сирот в целом. В первых кадрах мы видим историю идеальной семьи (атмосфера кадра говорит об этом: весёлая семья, на скакалке прыгает главная героиня, лето, солнце…). Затем кадры «переносят нас в настоящую действительность», в которой одинокая девочка, повернувшись спиной к зрителю, подходит к окну. На её плечики накинута шаль – символ тоски, уныния, одиночества, попытки защитить себя. Кадры переносят нас за окном в пейзаж, где царит схожая атмосфера осенней слякоти. Мы видим оторвавшийся от дерева лист, который становится главным героем кадра, олицетворяя героиню за кадром. Плавно кружась, он падает на землю в разбитые осколки хрупкого льда застывшей лужицы. На осколках впервые появляется легкий оттенок серо-голубого цвета. Камера приближается, и прожилки листа превращаются в надпись: «…у маленького человека должно быть большое счастье…».

Ассоциативность образного ряда ролика, целесообразность и корректность технических и художественных приёмов его исполнения позволили нам создать ненавязчивый, но, в то же время доступный для понимания многих рекламный ролик, который был размещен на сайте www.youtube.com.

Список литературы

1. Корчак Я. Детский дом: уроки прошлого. – М., 1990.
2. Лиханов А. Дети без родителей: – М.: Просвещение, 1987. – 271 с.
3. Сообщество помощи детям сиротам «Невидимые дети». – http://invisible-children.org/
4. Википедия – версия энциклопедии на русском языке. – ru.wikipedia.org

МИФОТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ

Ширгазина А.Э., Чистякова А.А.

Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, e-mail: elb300@mgn.ru

Роль и значение мифа, его функции на протяжении многовековой истории претерпевали изменения. Так, в первобытном обществе мифы, в первую очередь, объясняли мироустройство и генезис мироздания, закрепляли общественные и правовые институты, регулировали нравы, оберегали общественный порядок. Со временем миф, как объяснительная схема, утрачивал свою актуальность, принимая на себя задачу ограничения, запрета, табуирования тех или иных форм социальной активности личности, безоговорочного подчинения ее коллективу и коллективному интересу.

Современное общество выработало новые функции мифа как манипулятора массовым сознанием. Современный миф весьма многофункционален. Он и манипулирует сознанием, и способствует психологической адаптации, и общению, но не духовно-интеллектуальному, а примитивной коммуникации в толпе. Современный миф способен также восстанавливать систему ценностных координат, помогать индивиду корректировать свои поступки и отношения с людьми.

Реклама и миф – явления не тождественные, но сближающиеся благодаря сходным технологиям. Рекламу можно назвать одной из форм современного мифотворчества. Сегодня при создании рекламы используются мифологические технологии, благодаря которым реклама и приобретает функции мифа. Реклама – явление достаточное новое, что не мешает ему впитывать в себя многогранность функций мифа. В мире рекламы явления, предметы и образы существуют в виде случайной мозаики; границы между миром людей и миром вещей (предметным миром, их окружающим) становятся размытыми; в рекламном сообщении потребитель присутствует в качестве соучастника условно созданной виртуальной рекламной реальности.

Наиболее полно мифотехнологии, основанные на использовании архетипов, рассмотрены в работе Л.Л. Геращенко «Мифология рекламы». По мнению автора, психологическим приемом рекламного воздействия с использованием архетипов является усиление подсознательного впечатления благодаря применению архетипического кодирования – соединению конкретных признаков товара с архетипическими знаками. Архетипами, на которых основывается использование мифотехнологии в современной рекламе, по мнению Л. Л. Геращенко, являются следующие: архетип ребенка, архетип тени (или двойника), архетип души (или матери), архетип Анимус [1].

Говоря об особенностях восприятия сообщения, построенного по этой технологии, следует подчер-

кнуть, что при восприятии рекламы на архетипическом уровне у воспринимающего автоматически усиливаются все соответствующие данному архетипу эмоциональные реакции и бессознательные ожидания. Данная технология предполагает возможность формирования изобразительного или смыслового ряда сообщения таким образом, чтобы он вызывал нужный архетип.

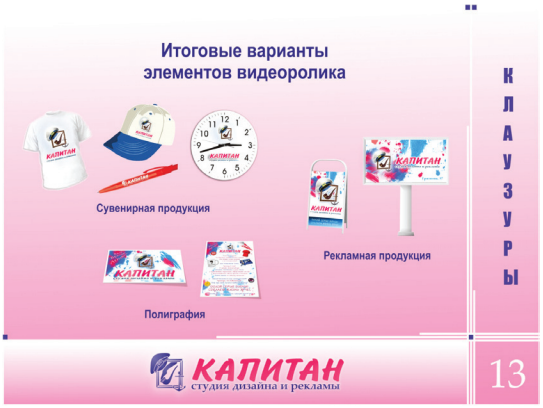
Каждому архетипу соответствуют определенная стилистика изображения, тип графики, выбор цвета, композиция, набор предметов (в визуальном ряду), стиль музыки. К архетипическим знакам также можно отнести геометрическую и цветовую символику [2].

Метод использования отдельных архетипов построен на эффекте «суммирования психической энергии». Это означает, что при совмещении содержания, эмоциональной части и подходящих архетипических форм к собственной эмоциональной энергии сообщения присоединяется внутренняя психическая энергия «архетипа», что придает сообщению дополнительную убедительность и силу.

Использование композиционных приемов в подаче информации с помощью мифов, позволяет располагать её в «предсказанной последовательности» и, поэтому воспринимать с доверием, делающим эту информацию бессознательно знакомой.

«Традиционный» мифологический сюжет, наиболее часто встречающийся обычно в рекламе развивается по следующей схеме: проблема – «волшебное» средство для решения проблемы – счастливый конец.

В своей работе мы предлагаем к рассмотрению пример сюжета, разработанного для рекламы полиграфической продукции студии рекламы и дизайна «Капитан»



На основании исследований, сделанных Е.П. Петровой [3], распространение информации приемов, напоминающих «естественные мифы», целесообразно по трем причинам:

1. Форма сообщения, похожая по композиции на «мифологическую», заставляет позитивно додумывать недостающую информацию.

2. Гарантировано воздействие на чувства. Независимо от конкретного содержания информация будет казаться интересной, и поэтому ее будут пересказывать.

3. Форма сообщения, по композиции похожая на традиционный сюжет, легко воспроизводится без потерь при пересказе.

Связывая перечисленные причины с триадой мифологического сюжета, мы видим, что решение проблемы привлечения клиентов лежит в плоскости использования «волшебного» средства, а именно позитивного отношения к герою рекламы. Счастливый конец, разрешающий все проблемы – предложение сувенирной, рекламной и полиграфической продукции студии «Капитан».

Список литературы

1. Геращенко Л.Л. Мифология рекламы. – М.: Диаграмма, 2006. – С. 319.

2. Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. – М.: Лабиринт, 2000. – С. 18.

3. Петрова Е.П. Мифологическая аргументация для создания впечатляющего образа фирмы // Рекламодатель: теория и практика. 2003. № 5. С. 24.

Секция «Современное состояние и прогнозирование основных тенденций развития международного и внутреннего туристских рынков и их отдельных сегментов», научный руководитель – Якименко М.В., канд.экон. наук, доцент

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Альмухамедова О.А., Виленская М.С.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: bereza_olya@mail.ru

Сельский туризм возник в Италии на стыке 70-х годов прошлого века, сегодня же этот вид туризма считается наиболее перспективным в Европе.

По данным ВТО, ежегодный прирост в этом виде туристской деятельности составляет около 6%, тогда как прирост туризма в целом всего 2%, из чего следует вывод о том, что сельский туризм сегодня – важный и устойчивый сегмент туристского рынка. Сельский туризм – это достаточно молодое туристическое направление в России. В настоящее время данный вид отдыха пока не имеет среди соотечественников столь широкого распространения как за рубежом.

В отечественной науке понятие «сельский туризм» имеет несколько определений. За основу мы возьмем определение Федерального агентства по туризму. «Сельский туризм – это вид туризма, который предполагает временное пребывание туристов в сельской местности с целью отдыха и/или участия в сельскохозяйственных работах» [1]. Обязательным условием является тот факт, что средства размещения туристов, индивидуальные или специализированные, должны находиться в сельской местности или малых городах без промышленной и многоэтажной застройки.

Туристы связывают определенные ожидания с сельским туризмом. Предполагается комфортный и спокойный отдых в сельской местности. Важными факторами являются хорошая экологическая обстановка, низкий уровень шума, натуральные продукты питания, комфортные условия проживания. Приемлемость цен также влияет на привлекательность сельского туризма. Отдельное место отводится проведению досуга детей и взрослых с учетом местных культурных традиций.

В настоящее время активно развивают сельский туризм Алтай, Калининградская, Ленинградская и Псковская области, Краснодарский край.

Сельский туризм в регионах имеет свою специфику. Например, для Ростовской области характерным преимуществом является синтез двух направлений туризма: сельского и этнографического. При поддержке Администрации Ростовской области и администраций муниципальных образований проводятся интересные событийные мероприятия . К ним можно отнести Всероссийский литературно-фольклорный праздник «Шолоховская весна» в станице Вешенской Шолоховского района, областной этнографический фестиваль «Донская лоза», фольклорно-театрализованное представление «Праздник донской ухи» (хутор Курганы Азовского района).

Государство заинтересовано в развитии сельского туризма. В проекте Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции сырья и продовольствия на 2013-2020 годы предусмотрено выделение субсидируемых кредитов на развитие несельскохозяйственной деятельности в сельской местности, включая и сельский туризм.

Одно из преимуществ данной программы заключается в том, что сельские жители, оказывающие бытовые услуги и социально-культурное обслуживание сельскому населению могут рассчитывать на финансовую поддержку из областного и федерального бюджетов.

Сельский туризм можно рассматривать как одно из направлений антикризисной политики. Развитие путешествий и отдыха на селе может способствовать созданию новых рабочих мест в сельской местности, получению дополнительных бюджетных средств и росту интереса к жизни и традициям Донского края.

Важным шагом в развитии сельского туризма является создание сети информационной службы, которая объединяла бы специалистов данной области в консультационные центры. Также в данных центрах можно было бы осуществлять переподготовку специалистов и повышение квалификации кадров по работе в области несельскохозяйственного бизнеса в сельской местности. В функции работников данных центров целесообразно включить проведение исследований имеющихся рекреационных ресурсов на местном уровне. Данные мероприятия помогут

Уровень развития сельского туризма в Российской Федерации значительно отстает от зарубежного. В России есть значительные ресурсы для развития сельского туризма, но, фактически, использование потенциала данного вида туристской деятельности для экономического и социального развития наблюдается на примере отдельных региональных программ. Разработка федеральной программы развития сельского туризма, проведение целенаправленной, многосторонней и активной государственной политики сможет в значительной степени реализовать потенциал сельского туризма в Российской Федерации.

Список литературы

1. Сельский туризм // Федеральное агентство по туризму: [сайт]. URL:www.russiatourism.ru/rubriki/-1124140272/ (дата обращения: 10.11.2012).

СТРУКТУРА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Альмухамедова О.А., Чубко Ю.В.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: bereza_olya@mail.ru

Туризм, являясь сложной социально-экономической системой, в которую вовлечено большое количество ресурсов с разнообразными связями между ними, обладает, как и любая другая отрасль, социально-экономическими проблемами, которые подсилу решить только с помощью грамотного и эффективного государственного регулирования, обеспечивающего правильное и необходимое взаимодействие всех участников туристического процесса. Поэтому именно с помощью институциональных факторов, учитывающих состояние законодательной базы, можно регулировать развитием сферы туризма. Соответствие законодательной базы современному состоянию туротрасли также способствует устойчивому развитию туризма в ряде регионов, укрепляя тем самым экономику страны и национальную культуру.

Как правило, государственное регулирование сферы туризма заключается в разработке и принятии основных правил организации и развития туристского бизнеса в стране. Важными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие различных видов туризма в стране.

Так как существует большое разнообразие способов государственного регулирования туристской деятельности, их реализацию можно распределить по основным направлениям: совершенствование методов государственного регулирования, государственная поддержка, создание условий для формирования устойчивого развития сферы туризма, повышение координирующей роли федеральных органов исполнительной власти в области туризма. Рассмотрим некоторые из них.

Координацию туристской деятельности в соответствии с Федеральным законом от 24.11.1996 № 132-ФЗ [1] «Об основах туристской деятельности в РФ» «осуществляет федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма». Этим органом являлось Министерство экономического развития и торговли и подчиненный ему Департамент туризма. Указом президента РФ от 09.03.2004 №314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» [2] туризм перешел в ведение Министерства здравоохранения и социального развития и подчиненного ему Федерального агентства по физической культуре, спорту и туризму. В Государственной Думе туризм введен в Комитет по экономической политике, предпринимательству и туризму. Этим подчеркивается экономическая значимость сферы туризма. В субъектах Федерации регулирование данного вида деятельности, как правило, осуществляется региональными министерствами, комитетами по физкультуре, спорту и туризму и другими органами.

В результате преобразования туристской администрации появляются новые, наиболее эффективные управленческие структуры, повышается значимость прав и интересов туристов, выявляются главные направления и способы устойчивого развития сферы туризма в стране.

Устойчивое развитие туризма является определяющим принципом при формировании структуры регулирования туристской деятельности. В разных международных документах используется как понятие «устойчивого развития туризма», так и сформулированы основные положения Концепции устойчивого развития, указывающие на то, что устойчивое развитие должно учитывать социальные и экономические, экологические факторы, живую и неживую ресурсную базу, долгосрочные и краткосрочные преимущества и недостатки альтернативных действий.

Основные положения «устойчивого развития туризма» закреплены во Всемирной хартии «Об устойчивом развитии туризма», принятой Всемирной конференцией по устойчивому развитию туризма под эгидой ООН на Канарских островах в 1995г. Также в мае 2001г. в Малайзии принят кодекс устойчивого туризма. Данные принятые документы отдают свое предпочтение в туристической отрасли делу укрепления мира, развитию межгосударственных отношений, а также росту взаимопонимания между народами. В особенности огромное значение придается развитию экологического и культурного туризма.

Отметим, что при формировании политики и стратегии устойчивого развития отрасли туризма необходимо учитывать следующие особенности:

Культурное наследие и традиции локального населения.

Охрану окружающей среды.

Взаимосвязь между природной окружающей средой, культурой и человеком в экологически чувствительных местах.

Тесное сотрудничество правительства, населения, промышленности и разного рода организаций (правительственных и неправительственных).

Согласно Всемирной хартии устойчивое развитие туризма является контролируемым процессом, предусматривающим глобальное управление «…ресурсами с целью обеспечения их жизнеспособности, создавая, таким образом, возможность сохранения нашего природного и культурного богатства, включая охраняемые зоны».

Важно отметить, устойчивое развитие отрасли туризма обеспечивает устойчивость экономики. «Глобальный этический кодекс туризма», принятый в 1991 г. призывает всех участников туристского процесса «охранять природную среду и ресурсы в целях обеспечения здорового, поступательного и устойчивого экономического роста на благо равноправного удовлетворения потребностей и стремлений сегодняшний и завтрашних поколений».

Что же касается российского права, то в нем не существует понятия устойчивого развития туризма, как в зарубежной практике. Его отличительной особенностью является то, что оно регулирует туристскую деятельность через нормы других отраслей права, таких как: конституционное, административное, гражданское, земельное, финансовое и пр.

Согласно Указу Президента Российской Федерации от 01.04.1996 № 440 «О концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию» основой устойчивого развития «является необходимость обеспечения прав и свобод граждан Российской Федерации». Это предполагает следующее:

Формирование открытого общества.

Создание системы стимулирования хозяйственной деятельности.

Установление пределов ответственности за экологический результат хозяйственной деятельности.

Таким образом, только при вышеназванных условиях возможно экологически приемлемое, экономически жизнеспособное, социально и этически сбалансированное развитие отрасли туризма в стране, то есть становление ее на путь устойчивого развития.

Список литературы

1. ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» от 24.11.1996 №132-ФЗ (с изменениями, внесенным ФЗ от 03.05.2012 №47-ФЗ).

2. Указ Президента РФ от 9 марта 2004 г. № 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» (с изменениями и дополнениями).

3. Указ Президента РФ от 1 апреля 1996 г. № 440 «О Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию».

ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Гребенькова Я.В.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: grebenkovajana@gmail.com

Инновации в гостиничном бизнесе развиваются быстрыми темпами. Причины этого заключаются в следующем: привлечь как можно большее количество клиентов, заинтересовав своей гостиницей, своим брендом; расположить гостя к себе и тем самым сделать его постоянным клиентом; увеличить прибыль предприятия.

На сегодняшний день большая часть гостиниц использует высокотехнологичные новинки. Перечислим некоторые из них.

Системы управления электроэнергией (Energy Management System) – контроль подачи света, температуры в комнатах отеля.

Система управления внутренними службами отеля (Back-office) -персонал получает доступ к данным: какой номер нужно убрать, что следует отремонтировать, принимать во внимание особенные желания гостей.

Скоростной беспроводной доступ в интернет (Wi-Fi) – гостиница может контролировать параметры предоставления доступа, трафик/время/скорость.

Системы интерактивного телевидения (Interactive TV Systems), система визуального отображения информации (Digital Signage) – сообщает гостям полезную информацию, место и время проведения мероприятий, конференций.

Мультимедийные технологии – технология «виртуальный тур», можно посмотреть в трехмерном изображении номера отеля, холлы, рестораны, оценить комфорт и уют гостиницы.

Использование и внедрение данных и прочих инноваций способствует улучшению качества обслуживания, повышению конкурентоспособности и имиджа гостиницы, сделав ее уникальной. С помощью правильно введенных в отель инноваций, значительно увеличится число постоянных клиентов. Гость, уходя из отеля, должен покидать его только с приятными эмоциями, подчеркнув для себя важные факторы, которые есть только в этом отеле.

РИСКИ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА ОТ ВХОЖДЕНИЯ РОССИИ ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ

Жертовская Е.В., Виленская М.С.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: jertovskayaev@yandex.ru

Являясь достаточно сложной и чувствительной составляющей экономической системы, сфера туризма, среди прочих секторов непроизводственной сферы экономики, подвержена воздействию внешних факторов. В этом смысле влияние интеграционных процессов, обусловленных вступлением России во Всемирную Торговую организацию (ВТО) 2012 года, на туристскую индустрию как страны в целом, так и отдельных регионов, муниципальных образований, не является исключением.

Таким образом, вступление России в ВТО обусловило возникновение ряда возможностей и некоторых потенциальных угроз для дальнейшего развития сектора туризма.

Потенциальные риски от вступления в ВТО:

Ужесточение конкуренции по сравнению с иностранными аналогами. Рост конкуренции приведет к увеличению маркетинговых расходов на поддержание рыночных позиций на рынок; несоответствие международным стандартам качества предприятий и продукции; несоответствие международным отраслевым эко-стандартам (для въездного туризма).

Ужесточение конкуренции; потенциальные риски спада в сопряженных отраслях; закрытие предприятий и рост безработицы обусловят снижение спроса на продукцию туристского сектора (по направлению внутренний туризм); угрозы малому турбизнесу, обусловленные появлением на рынке новых крупных участников (гостиничных цепочек, туроператоров и пр.) (для внутреннего и въездного туризма).

Ужесточение конкуренции в связи с необходимостью открытия туристского рынка для иностранных организаторов. Российские туроператоры, ориентированные, прежде всего на выездной туризм, будут вынуждены, не выдержав конкуренции, уйти с рынка или превратиться в их младших партнеров или агентов; наплыв дешевого импорта приведет к закрытию ряда самых слабых производств не выдержавших конкуренции и нарастанию безработицы. Закрытие предприятий и рост безработицы обусловят снижение спроса на продукцию туристского сектора (по направлению выездной туризм); угрозы малому бизнесу (для выездного туризма).

Потенциальные возможности от вступления в ВТО:

«Дешевые кредиты» для дальнейшего развития бизнеса по причине бесконтрольный прихода в Россию иностранных банков с их огромными капиталами и низкими процентными ставками; страховой рынок может быть полностью захвачен иностранными страховщиками, имеющими значительно больший капитал, чем отечественные компании. Более благоприятные условия страхования тур.услуг (для въездного и внутреннего туризма).

Иностранные операторы при определенных условиях, которые должны быть согласованы во время переговоров о вступлении на туристский рынок России (льготные условия инвестирования, обязательное целевое финансирование объектов туриндустрии и т.п.), будут вынуждены инвестировать в развитие инфраструктуры туризма в России. Именно это должно послужить стимулом для привлечения клиентов (туристов) этих операторов в Россию (для выездного туризма).

Несмотря на сложившиеся новые условия – модернизации российской экономики с учётом глобализационных процессов, туризм продолжает оставаться важным сектором национальной экономики. В новых условиях, в качестве наиболее эффективного и действенного способа решения выявленных проблем и сформулированных государством задач в сфере туризма выступает развитие тесного сотрудничества туристского сектора и государства, т.е. применение инновационных инструментов реализации национальной туристской политики на основе создания программ и проектов с помощью механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП) [1,2].

Список литературы

1. Саак А.Э., Жертовская Е.В. Государственно-частное партнерство как инновационный механизм реализации туристской политики в РФ // Туризм: право и экономика. – № 2, 2011.

2. Саак А.Э., Жертовская Е.В. Управление развитием туристского комплекса муниципального образования. – Учебное пособие. – Москва: ИНФРА-М, 2012. – 304 с.

3. Саак А.Э., Горелова Г.В., Жертовская Е.В. Информационно-аналитическое обеспечение процесса формирования туристской политики муниципального образования с помощью технологии поддержки принятия управленческих решений на основе когнитивного подхода // Менеджмент в России и за рубежом. – № 4, 2008.

4. Саак А.Э., Горелова Г.В., Жертовская Е.В. Управление развитием туристского комплекса муниципального образования с помощью комплексной методики выбора и принятия управленческих решений (на примере г. Таганрога) // Туризм: право и экономика. – № 1, 2008.

5. Саак А.Э., Жертовская Е.В. Современные направления формирования туристской политики муниципального образования // Туризм: право и экономика. – №1, 2011.

ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ Г. ТАГАНРОГА)

Жертовская Е.В., Султанова А.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: jertovskayaev@yandex.ru

Оказывая значительное влияние на ключевые секторы экономики, сфера туризма все чаще выступает одним из важнейших индикаторов социально-экономического развития, как регионов, так и муниципальных образований.

По данным государственной программы «Развитие культуры и туризма 2013-2020 годы» Россия, обладая значительным туристско-рекреационным потенциалом, занимает незначительное место на мировом рынке туристских услуг (около 1% мирового туристского потока). В соответствии с оценкой Ростуризма, потенциальные возможности России позволя-

ют при соответствующем уровне развития туристской индустрии принимать до 40 млн. иностранных туристов в год[1] по сравнению с 7,4 млн. человек в настоящее время (по оценке ЮНВТО Россия может ежегодно принимать до 70 млн. российских и иностранных туристов). По данным Ростуризма, туристский потенциал России пока используется всего лишь на 20-30 % из-за ряда проблем.

Импульсом в развитии сферы туризма и его инфраструктуры на федеральном уровне может стать объединение усилий центра и регионов, регионов и муниципальных образований, что поможет туристской сфере стать полноценной, эффективно функционирующей единицей экономической системы страны.

Таганрог – второй по величине город в Ростовской области, расположенный на северном побережье Таганрогского залива Азовского моря. Город Таганрог включен в разработанный Администрацией Ростовской области туристский маршрут «Серебряная подкова Дона», объединяющий важнейшие туристские центры Ростовской области. Благодаря своему местоположению, природно-климатическим условиям, колоссальным количеством туристских ресурсов, многие из которых – федерального значения, большого числа предприятий индустрии туризма, город Таганрог имеет обширные перспективы для развития туристского комплекса как на внутреннем, так и на международном рынках туристских услуг.

Однако в настоящее время в городе наблюдается значительное преобладание выездного туризма над въездным, что говорит о существовании ряда отраслевых проблем, требующих безотлагательного решения. В качестве результатов проведенного проблемно-ориентированного анализа состояния туристского комплекса города были выделены [1-5]:

– малая известность города Таганрога и его туристского потенциала на Российском и зарубежном туристских рынках, обусловленная отсутствием комплексной маркетинговой стратегии развития туризма в городе (необходимо применение новых информационно-коммуникационных технологий, в т.ч. формирование и развитие брендинга города как туристского центра);

– недостаточный уровень развития инфраструктуры туризма, в т.ч. дорожно-транспортной составляющей: острая нехватка современных комфортабельных средств различной вместимости для туристских перевозок, недостаточное количество удобных автостоянок, неудовлетворительное состояние городского общественного транспорта; нехватка крупных развлекательных объектов, мощных аттракций для развития семейного туризма и, формирования мотивации повторных посещений (необходимо привлекать дополнительные инвестиционные ресурсы за счет развития финансирования проектов по созданию инфраструктурных объектов с помощью различных форм и схем ГЧП);

– несоответствие многих предприятий индустрии туризма и объектов показа ожиданиям туристов по причине несоответствия цены и качества услуг (необходимо внедрение современных, отвечающих международным требованиям, предъявляемым к качеству, стандартов качества обслуживания; дальнейшее развитие комфортной туристской среды, решение вопросов формирования сети маршрутов с пешеходными зонами, смотровыми площадками, общественными туалетами, парковками общественного и частного транспорта, развития функционала туристско-информационного центра,);

– малое количество гостиничных средств размещения туристского класса с современным уровнем комфорта (необходимо привлекать дополнительные инвестиционные ресурсы за счет развития финансирования проектов с помощью различных форм ГЧП, предоставления готовых инвестиционных площадок);

– Таганрог продолжает оставаться «сезонным» туристским центром, где до 80-90 % доходов туриндустрии приходится на высокий сезон с середины мая по конец августа (необходимо развивать альтернативные виды туризма, например, событийный туризм, MICE, научный и образовательный);

– экологические риски, обусловленные загрязнением водных ресурсов, наличием большого числа промышленных объектов (необходимо привлекать дополнительные инвестиционные ресурсы за счет развития финансирования проектов с помощью различных форм ГЧП, что позволит восстановить пляжную зону и рыбные запасы Азовского моря и в последующем развить рыболовный вид туризма в акватории таганрогского залива);

– отсутствие иностранных инвестиций, направленных на развитие туристского комплекса г. Таганрога (необходимо применение инновационных методов управления развитием территориальных образований, а именно внедрение геобрендинга как инструмента маркетинга территорий, развитие механизмов ГЧП, предоставление готовых инвестиционных площадок и пр.);

– социальные риски и проблемы, обусловленные недостаточной информированностью местного населения о туристском потенциале города, социально-психологическая неготовность населения к активным преобразованиям и развитию туристского комплекса в г.Таганроге (необходимо развитие института «социальное партнерство», что позволит увеличить интерес местного населения и подрастающего поколения к культуре и истории своего города и своей страны);

– низкий уровень внедрения инноваций, информационно-коммуникационных маркетинговых технологий в развитие музейного комплекса города (необходимо применение новых информационно-коммуникационных технологий, в т.ч. формирование и развитие брендинга города как туристского центра).

В качестве приоритетных направлений в комплексе мероприятий были выделены совершенствование системы информационно-коммуникативной поддержки развития сферы туризма на муниципальном уровне, а также развитие альтернативных для г. Таганрога видов туризма – событийного, MICE, научного.

Список литературы

1. Саак А.Э., Жертовская Е.В. Управление развитием туристского комплекса муниципального образования. – Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 304 с.

2. Саак А.Э., Горелова Г.В., Жертовская Е.В. Информационно-аналитическое обеспечение процесса формирования туристской политики муниципального образования с помощью технологии поддержки принятия управленческих решений на основе когнитивного подхода // Менеджмент в России и за рубежом. – № 4, 2008.

3. Саак А.Э., Горелова Г.В., Жертовская Е.В. Управление развитием туристского комплекса муниципального образования с помощью комплексной методики выбора и принятия управленческих решений (на примере г. Таганрога) // Туризм: право и экономика. – № 1, 2008.

4. Саак А.Э., Жертовская Е.В. Современные направления формирования туристской политики муниципального образования // Туризм: право и экономика. – № 1, 2011.

5. Саак А.Э., Жертовская Е.В. Государственно-частное партнерство как инновационный механизм реализации туристской политики в РФ // Туризм: право и экономика. – № 2, 2011.

[1] Материалы сайта Федерального агентства по туризму РФ: http://www.russiatourism.ru.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Карастелкина Н.А., Бадерина А.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: natalo4ka@inbox.ru

Современные туристские предприятия функционируют в непростых экономических условиях и находятся в условиях жесткой конкурентной борьбы. Организация туроператорской и турагентской деятельности требует использования не только накопленного опыта, но и целого наработанного инструментария продаж, иначе просто невозможно удержать хорошие позиции на рынке. Если раньше продажа туристских услуг сводилась к минимуму и основывалась на изучении менеджерами туристских направлений и ассортимента услуг, то сегодня данный процесс гораздо шире и включает в себя целый инструментарий, совокупность приемов, способов стимулирования спроса, продвижения услуг, удержания клиентов и др. Туроператорские компании, которые раньше рассчитывали стоимость туров на основании стандартных цен услуг, входящих в пакет, сегодня выстраивают целые механизмы ценообразования, позволяющие менять цену несколько раз в день.

Изменения в работе туроператорских компаний напрямую влияют на технологии частных продаж туристских услуг. Предпродажная и непосредственно продажная политики теперь строятся с опорой на выдвигаемые условия рынка. Так, можно выделить целый ряд особенностей, которые в последние 3-4 года буквально обозначили ориентиры для работы участников туристского рынка. Во-первых, это появление условий «раннего бронирования» туров, суть которых сводится к тому, что туроператор предлагает турагентствам к реализации туров клиентам заблаговременно и с предварительной оплатой, взамен предлагая скидки на размещение в размере 20-40% и дополнительные бонусы (отсутствие топливного сбора, повышенная комиссия). Во-вторых, безусловным лидером в предпочтениях клиентов являются услуги, продаваемые под названием «горящие туры». Это путевки, которые клиенты могут приобрести непосредственно перед началом поездки по сниженной цене благодаря невысокому спросу на данный конкретный продукт (туроператор выкупил 50 мест в самолете, до вылета осталось 2 дня, а желающих купить тур нет, тогда становится выгодным снизить стоимость авиабилетов, чтобы заработать хотя бы на наземном обслуживании). В-третьих, активно ведется работа с туристскими агентствами: проводятся всевозможные семинары, вебинары, презентации, рекламные туры, конкурсы, задачей которых является повышение интереса непосредственных продавцов продукта к существующим предложениям.

Естественно, что усиление активности туроператоров в области сотрудничества с турагентствами является своеобразным толчком к расширению технологий продаж агентств. Технологии продаж подразделяются на организационные и операционные. Организационные технологии касаются механизма организации процесса реализации туров. Это может быть самостоятельное агентство, франчайзинговое (когда деятельность осуществляется с использованием конкретной торговой марки, а продажи происходят по определенной отлаженной схеме) или в составе туроператорской компании.

Операционные продажи касаются непосредственно процесса реализации тура клиенту и включают в себя целый комплекс мероприятий по их стимулированию и увеличению:

Привлечение клиентов (посредством рекламы, специальных предложений, акций);

Разработка программ лояльности клиентов (подготовка системы поощрения постоянных клиентов, обычно система скидок);

Совершенствование ассортиментной политики (расширение ассортимента путем предоставления востребованных дополнительных услуг: оформление виз, продажа авиабилетов, бронирование гостиниц, аренда автомобилей, страхование и др.);

Повышение квалификации сотрудников (посещение сотрудниками семинаров, презентаций, рекламных туров и др.);

Территориальная политика (охват потребителей различных территориальных областей путем открытия нескольких офисов продаж);

Создание фирменных правил обслуживания клиентов (разработка типового алгоритма обслуживания, предоставление информации в доступной и привлекательной форме);

Создание удобных условий оплаты услуг для клиентов (возможности для наличной и безналичной оплаты, приобретение услуг в рассрочку и др.).

Применение комплекса мероприятий по совершенствованию технологий продаж обеспечивает туристскому предприятию возможность дальнейшего функционирования, является эффективным инструментом совершенствования его деятельности, увеличения отдачи от вложенных усилий и средств, обеспечивает стабильность в непростых экономических условиях, позволяет занимать конкурентные позиции на рынке туристских услуг.

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Крюкова О.П.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: kryukova-o@yandex.ru

В настоящее время в любой сфере деятельности существуют общие законы, выполнение которых, становится залогом успеха ведения бизнеса. По результатам проведенных исследований, 50% плодотворной деятельности предприятия зависит от наличия сплоченного, мотивированного персонала. В связи с этим, возрастает роль инструментов нематериального мотивирования, одним из которых является event-менеджмент, или организация корпоративных мероприятий.

В последние годы данный инструмент стал настолько значимым, что возникло целое направление – event-менеджмент. Главной задачей специалистов по организации событий (корпоративных праздников, маркетинговых мероприятий, тренингов, конференций и семинаров) – умение найти наиболее правильные, уместные и эффективные решения проблем, с которыми можно столкнуться при выполнении работы. Можно сказать, что Event-менеджмент – это результат развития теории и практики управления и мотивирования.

Безусловно, event-менеджмент формируют в коллективе благоприятный психологический климат и дружеский контакт, чувство участия в общей идее, вклад в достижение общих целей. Помимо прочего, имеет функцию сохранения уже достигнутого успеха, закрепляет последние достижения, и вселяет надежду на новые в будущем. Итак, Event-менеджмент существует, чтобы поддерживать интерес к компании, создавать ее внутреннюю атмосферу, чтобы вновь и погружаться в живое общение.

Последние исследования показывают, что 76% руководителей компаний уверены в необходимости проведения корпоративных мероприятий для мотивации персонала и успешного развития бизнеса.

Следовательно, развитие данного инструмента мотивационной политики, будет оказывать лишь плодотворное воздействие на достижение главных целей предприятия,

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Матёкина С.В.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: svetlana-sunshine2010@yandex.ru

Специфика отечественной экономики, особенности российского менталитета и сложности современного периода требуют развития специальных подходов к управлению гостиницами, в полной мере учитывающих наши реалии. На данный момент в отношении туризма наиболее развиты те регионы, где активнее всего развивается бизнес в целом: это Москва, Санкт-Петербург, Сочи; а также города-миллионники, такие как Воронеж, Новосибирск, Екатеринбург, Самара. О современных отелях и технологиях управления ими пока можно говорить по большей части применительно к первым трем городам. Именно там в гостиничный бизнес с большей активностью внедряются инновации, вливаются инвестиции, уделяется большое внимание подготовке персонала, и большинство владельцев средств размещения подходит к работе творчески, стремясь привлекать гостей своей непохожестью на конкурентов.

В последние годы сформировался и начал стремительно развиваться рынок частных мини-гостиниц, особенно в туристских центрах вроде Санкт-Петербурга, Золотого кольца и курортной зоны морских побережий – до 40% гостиничного рынка этих территорий заняты именно малыми отелями. Что же такое мини-отель? Подходы при определении критериев формата «мини» различны. Для примера, в США мини-отель предполагает до 150 номеров, в Европе – до 50, а в российской практике мини-гостиницы насчитывают от 5 до 50 номеров. Однако до сих пор ни в одном действующем на территории Российской Федерации документе не сформулировано чёткое определение понятия «мини-гостиница», потому зачастую владельцы отелей сами решают, позиционировать своё владение как «мини» или нет.

Число путешествующих растет из года в год – такова всемирная статистика. Туризм переживает подъём. Между тем, Россия особыми ресурсами для гостеприимства не обладает – сказывается дефицит гостиниц. Таким образом, развитие отелей, в частности формата «мини», приведет к росту доли туризма в ВВП нашей страны.

ПРОЦЕСС ИССЛЕДОВАНИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА КАК СЛОЖНОЙ СИСТЕМЫ

Миланко И.С.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: irina.milanko@mail.ru

Процесс исследования сложных систем, к которым относится сфера туризма, обусловлен рядом присущих ему особенностей:

• двойственность и многофакторность происходящих процессов и как следствие – отсутствие возможности изучения каждого явления отдельно;

• отсутствие своевременной статистической информации о динамике процессов в сложной системе в достаточном количестве и качестве;

• различные процессы имеют сезонный и изменчивый характер, что предполагает разностороннее исследование во времени и пространстве.

Следовательно, экономические системы являются слабоструктурированными системами. Общее число факторов в рассматриваемой ситуации может достигать нескольких десятков, и все они изменяются во времени причин и следствий.

Поэтому для принятия решения необходимо в оптимальном сочетании применить интуитивное и рациональное мышление. Только так эксперт сможет адекватно и своевременно принимать решения и отвечать на возникающие вопросы, такие как: какие факторы нуждаются в воздействии для изменения и улучшения ситуации, как будет меняться ситуация в зависимости от воздействия на нее, как именно необходимо оказывать влияние для достижения поставленного результата. Когнитивное моделирование позволяет проследить развитие конкретной ситуации на любой территориальной принадлежности, будь то страна, регион, город, предприятие, с любым количеством факторов, влияющих прямо или косвенно.

Методика исследования сложных систем, в частности сферы туризма, на основе когнитивного и имитационного моделирования позволяет структурировать процесс принятия решения и рассмотреть его со всех сторон:

• анализ состояния сферы туризма (выделить основные показатели, факторы, которые в текущий момент времени учитывают для оценки данной среды);

• оценка состояния с различных позиций;

• формулировка обоснованных управленческих решений;

• как результат – стратегия развития туризма, разработка программ поддержки.

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ МИРОВЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ НА РОССИЙСКИЙ ТУРИЗМ

Султанова А.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: sultanova_ayzana@rambler.ru

Гостиничная индустрия – одна из быстро развивающихся отраслей мировой экономики, и Россия становится гармоничной частью этой системы. Культурное наследие и природное разнообразие ставит Россию на заметное место в мире среди стран с потенциальным ростом туризма. Тем не менее, согласно мнению ряда экспертов, Россия в настоящий момент не является «прекрасно подходящей» для туризма страной. Так, согласно расчётам аналитиков Экономического Форума (МЭФ), прошедшего в Давосе в 2011 г., с точки зрения наличия туристских аттракторов, Россия занимает 30 место из возможных 139, при этом природные богатства нашей страны находятся на 5 месте, а объекты культурного наследия – на 9. В то же время с точки зрения важнейших инфраструктурных составляющих туризма: гостиниц и дорог, Россия не является «интересной» для туристов, занимая по критерию удобного транспорта и системы дорог 95 место, по уровню обслуживания в гостиницах и соответствия западным стандартам – 80, а по доступности цен – 105 позицию.

На сегодняшний день иностранные инвесторы в гостиничный бизнес интересуются не только рынком Москвы и Санкт-Петербурга, но и других регионов России.

Влияние развития гостиничных цепей на российскую экономику можно оценить, прежде всего, с социально-экономической точки зрения. Иностранные инвестиции, вкладываемые в развитие сетевых предприятий, оказывают положительное влияние на финансовое положение регионов и городов: образуются новые рабочие места, увеличиваются налоговые поступления в бюджет. Основным негативным моментом расширения деятельности гостиничных цепей в России является усиление конкурентной борьбы с местными предприятиями, которые зачастую проигрывают, что связано с менее эффективным менеджментом, отсутствием эффекта от масштаба и др.

Следует отметить, что гостиничные цепи являются на данные момент очень сильным катализатором развития гостиничного, а, следовательно, и национального туристского бизнеса, обусловленного обостряющейся конкуренцией, которая сказывается как на качестве услуг, так и на цене. Так же стоит отметить, что российский гостиничный рынок включается в глобальные процессы, однако, проникновения мировых гостиничных цепей на территорию нашей страны происходит очень медленно, многие проекты иностранных инвесторов реализовать так и не удалось.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ КВАЛИМЕТРИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ КЛАССИФИКАЦИЯ ОБЪЕКТОВ ТУРИНДУСТРИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Тузова Н.Г.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: aleks1054@yandex.ru

В настоящее время в мире насчитывается более 30 систем классификации гостиниц, имеющих свои особенности и критерии оценок. Однако, как правило, все они опираются на существующие научные модели и методики измерение уровня качества оказания услуг. Наиболее известные и широко применяемые из них: дифференциальный метод, комплексный метод, метод, основанный на интегральном показателе. Для выбора конкретных показателей оценки качества услуги так же применяются разнообразные модели и методики: модель разрывов качества, модель Донабедиана, модель Гриенрооса, модель Кано, методика SERVQUAL,типология Кедотта-Тержена и другие. Говоря о Российской Федерации, следует отметить, что именно последняя редакция системы классификации, принятая в 2011 г. представляет собой оптимальную комбинацию большинства методик и моделей определения уровня качества.

В первую очередь необходимо отметить, что оценка и выдача сертификата стала проводится не потребителями или руководством гостиничного предприятия, а квалифицированными экспертами. Такими экспертами могут стать лишь специалисты, имеющие определенный опыт работы на гостиничных предприятиях, прошедшие специальный курс обучения и имеющие соответствующее «Свидетельство эксперта по классификации объектов туристской индустрии» – документ, выданный «Ассоциацией вузов туризма и сервиса» и подтверждающий соответствие эксперта установленным требованиям (выдается на срок до трех лет).

Этап предварительной оценки средства размещения и номерного фонда можно сравнить с дифференциальным методом: оцениваемое средство размещение подтверждает свою категорию, понижает, либо повышает путем сравнения ряда требований с эталоном.

Второй этап, в свою очередь, во многом основывается на комплексном методе – и предполагает балльную оценку соответствия гостиничного предприятия и его номерного фонда по ряду критериев. В системе классификации отсутствует значение веса показателя, тем не менее, для ряда критериев допускается уменьшение количества баллов на 10 % или игнорирование одного из критериев при выполнении одного либо двух других.

Выбор критериев также во многом определен научными моделями и методиками. Большинство критериев в моделях оценки качества различаются не существенно. По выбору критериев система классификации опирается на модель Грёнрооса и типологию Кедотта-Тержена. Из модели взято разделение качества на технический и функциональный аспекты. Техническое – состояние здания, соотношение площади номеров к общественным зонам, укомплектованность техникой и оборудованием и т.д. Функциональные же критерии оценивают персонал, как одно из составляющих качественной услуги. Из типологии Кедотта-Тержена взяты два раздела критериев (из описанных в ней четырех): критические элементы и элементы, приносящие разочарование. Первые – это главные факторы, воздействующие на потребителя. Их отсутствие и игнорирование гостиничным предприятием недопустимо – в первую очередь, это чистота и безопасность. Элементы, приносящие разочарование не должны вызывать отрицательных эмоций, а при правильном соблюдении воспринимаются как часть услуги – во многом это касается уровнем обслуживания персоналом.

Внедрение современной системы классификации на территории РФ, опирающейся на научные методики, стало важным шагом на пути улучшения качества обслуживания в гостиничных предприятиях. Обеспечение потребителя достоверной информацией о средствах размещения, повышение конкурентоспособности гостиниц приводит к увеличению интереса к России со стороны иностранных туристов и инвесторов, как следствие росту туристского потока и, следовательно, доходов от въездного и внутреннего туризма.

Список литературы

1. Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации от 25 января 2011 г. N 35 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи».

2. Баумгартнер Л.В. Управление качеством в туризме: учебник для студентов высш.учеб.заведений. – М: КНОРУС, 2008 – 395 с.

3. Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008. – 432 с.

4. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008. – 512 с.

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Шалова А.О.

Южный федеральный университет, Таганрог, e-mail: shalova_nastya@rambler.ru

Маркетинг территории представляет собой целенаправленную деятельность по наиболее эффективному и выгодному для территории использованию имеющихся ресурсов. Туристская дестинация – решающий элемент туристской системы. Ее можно охарактеризовать как центр (территорию) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов. Другими словами, туристская дестинация включает в себя наиболее важные и решающие эле-

менты туризма, необходимые для туристов. Регион туристской дестинации является одним из самых важных в туристской системе, так как сами туристские дестинации и их имидж привлекают туристов, мотивируют визит, таким образом активизируют всю туристскую систему. Естественно, что не каждая обособленная территория может считаться туристской дестинацией. Для того чтобы территория была дестинацией, необходимо выполнение следующих условий: наличие на этой территории мест размещения, питания, развлечений и высокоразвитой транспортной системы; наличие фактора привлекательности (является одним из главных факторов конкуренции между дестинациями, следовательно, должна быть определенная изюминка для привлечения туриста на территорию дестинации); наличие информационных (например, глобальных информационных систем «Amadeus», «Galileo», «Worldspan», «Sabre») и коммуникационных систем, так как это необходимый инструмент информирования туристского рынка о дестинации.

Туристская дестинация может рассматриваться как специфичный товар, поскольку совокупность реализуемых в ее пределах туристских услуг обладает потребительской и меновой стоимостью. Как следствие, в процессе своего развития, дестинация проходит последовательные стадии жизненного цикла, каждая из которых требует особой стратегии маркетинга и мероприятий.

Коммерческий успех той или иной дестинации определяется социально-экономическими, политическими и другими внешними условиями как в самой туристской дестинации, так и на сбытовых территориях и транзитных регионах. Сбыт туристского продукта происходит на территориях с высоким потенциалом туристского спроса – в регионах, порождающих туристов. Потребление туристского продукта организуется на принимающей территории или туристской дестинации. В процессе преодоления расстояния, отделяющего туристов от приобретенного турпродукта и возвращения в место постоянного проживания, туристы следуют через транзитные регионы.

Секция «Современные проблемы экономического развития предприятий», научный руководитель – Павлова Е.А., канд.экон. наук, доцент

ОБОСНОВАНИЕ ВЫВОДА НА РЫНОК ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Пантелеев А.В., Нурдинов Р.А., Павлова Е.А.

Национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург, e-mail: pantandrej@yandex.ru

В современных условиях успешная деятельность медицинских учреждений во многом определяется деятельностью экономической службы. При переходе к рынку без усиления экономической направленности трудно рассчитывать на стабильную работу учреждения. В связи с этим для медицинских учреждений становится актуальным вопрос анализа и планирования экономической деятельности [1, 2].

Целью работы являлось обоснование целесообразности внедрения инновационного проекта по производству нового прибора «БиоГолд».

С помощью инновационного проекта решается важная задача по выяснению и обоснованию технической возможности и экономической целесообразности инновационной деятельности.

Рассматриваемый проект состоит в Организации производства и продажи диагностического прибора «БиоГолд» (схема на рис. 1), предназначенного для исследования крови и быстрого обнаружения в ней вредных вирусов, бактерий, биохимических веществ (в том числе и в полевых условиях), в соответствии с методом Поверхностно-плазмонного резонанса [7, 8].

Новизна проекта заключается в том, что предполагается выпуск продукта, не имеющего себе аналога ни в России, ни за рубежом – прибора очень дешевого и надежного.

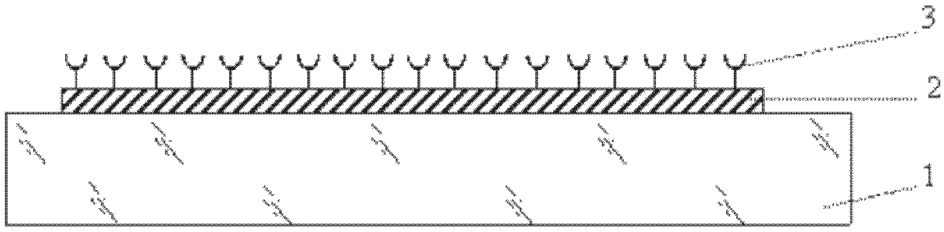


Рис. 1. Схема модели БиоГолд (на поверхность стеклянной пластины 1 нанесена тонкая металлическая пленка 2. На ней сформирован специфически чувствительный рецепторный слой 3, который называют «чувствительной» («активной», «рабочей») поверхностью)

Совместно с группой учёных из Белорусского государственного университета проведена группа исследований, доказывающая, что наиболее подходящим размером плёнки золота – будет плёнка из однослойных частиц диаметром 40 нм (у конкурентов – минимум 100). Это увеличит чувствительность прибора, а соответственно и его эффективность.

Идея инновационного проекта должна иметь основу в форме научных и маркетинговых исследований, как и производство, должно подстраиваться под потребителя и опираться на научные разработки.

Новосибирскими учеными проведены статистические исследования, применимые для маркетингового анализа рынка медицинских услуг[5]. По проведенным статистическим исследованиям был построен график распределения потребителями данной продукции по категориям: 15% – Врачи, занимающиеся индивидуальной деятельностью; 30% – Медицинские учреждения, применяющие нестандартные методы диагностики и лечения; 55% – Медицинские учреждения, оказывающие дополнительные платные услуги.

Из приведенных данных видим, что более половины потребителей медицинских услуг обращаются в учреждения, оказывающие дополнительные платные услуги – эти учреждения как раз и являются потенциальными покупателями продукции, для которой и разрабатывается инвестиционный проект.

На Российском рынке на данный момент имеется всего несколько конкурентов.

Для сравнения компаний воспользуемся методом балльной оценки конкурентоспособности.

Из таблицы видно, что у рассматриваемого прибора имеются большие преимущества по сравнению с конкурентами.

Таблица 1

Балльная оценка конкурентоспособности на рынке биосенсоров

Свойство	Biacore	RAI	НПО Биотест	БиоГолд
Компактность и мобильность	1	1	1	3
Работа с ЭВМ	2	2	2	2
Работа без ЭВМ	0	3	3	3
Дополнительные функции (подсветка, возможность измерения примесей в других жидкостях – молоке, пиве и т.п.)	3	3	3	0
Возможность работать без сложной настройки	0	0	3	3
Отсутствие дополнительных затрат на обслуживание	0	0	0	3
Сумма баллов	6	9	12	14
Цена, рубли	700 000	100000	20 000	2264

Основное преимущество всех трех перечисленных компаний в том, что в их приборах существует некоторое количество дополнительных функций (возможность исследования дополнительных жидкостей на наличие примесей (молока, бензина)), но это преимущество для медицинских учреждений не является главным.

Для прогнозирования воспользуемся математическим моделированием спроса на разрабатываемый прибор «БиоГолд». Суть применяемого математического метода состоит в экстраполяции статистических данных о наличии аналогичных приборов в медицинских учреждениях города за 2009-11 года.

График развития спроса на прибор «БиоГолд» будет иметь следующий вид

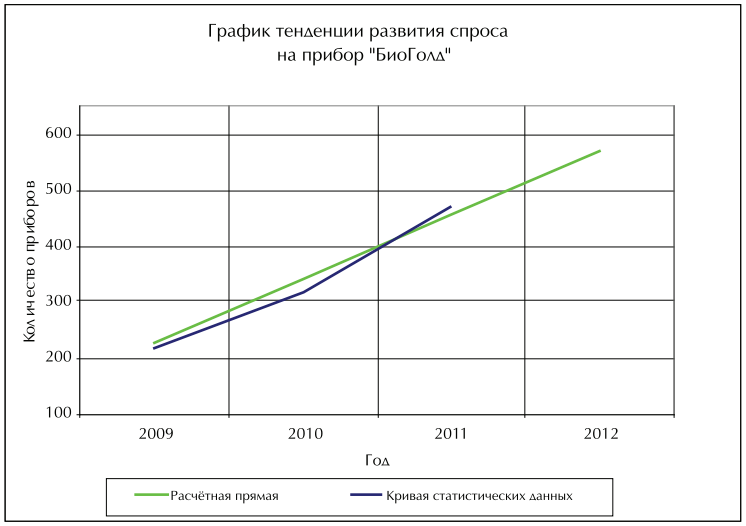


Рис. 2. График развития спроса на прибор «БиоГолд»

Из графика видно, что в 2012 году теоретический объем спроса на прибор «БиоГолд» в Санкт–Петербурге составит 600 единиц продукции.

По результатам маркетинговых исследований был проведен экономический расчет целесообразности проекта, который включал оценку инвестиционных затрат, расчет полной себестоимости и показателей эффективности.

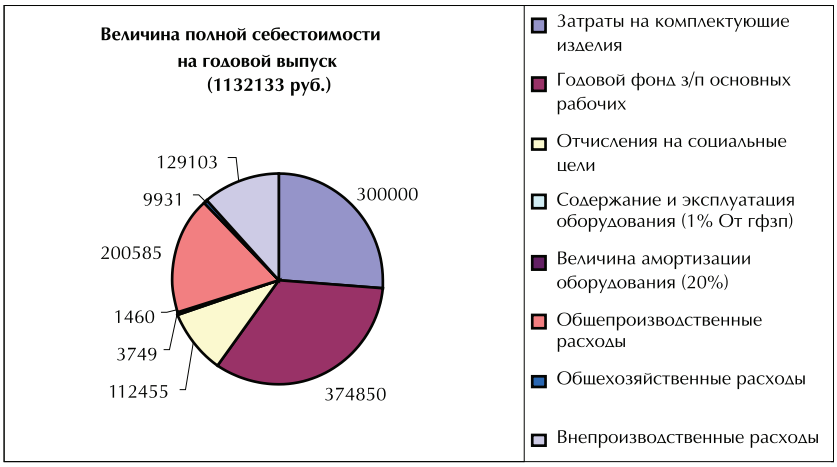
Таблица 2

Оценка инвестиционных затрат

Наименование статей затрат	Сумма
Затраты на оборудование и инвентарь	7300
Затраты на первоначальные закупки комплектующих	25000
Первоначальные затраты на рекламу	15000
Итого: размер необходимых инвестиций	47300

Таблица 3

Величина полной себестоимости на годовой выпуск



Величина себестоимости выпуска одного прибора: 1132133/600=1887 рублей.
Цена изделия = 1887+1887/100 ·20 = 2264 рубля.
Критический объем продаж – 358 приборов.

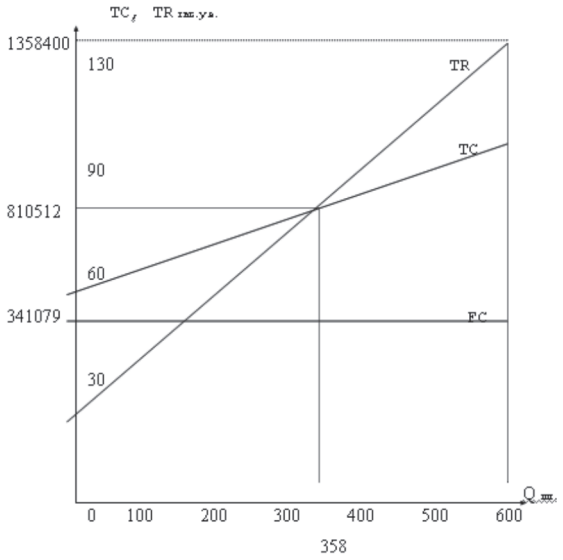


Рис. 3. График безубыточности

1) Величина валовой прибыли от продаж рассматриваемого прибора в течение первого года работы составит: 2264·600 – 1132133 = 226267. при условии, что будет обеспечен прогнозируемый уровень продаж.

Величина чистой прибыли 173870 рублей

Прибыль в распоряжении организации (разность между чистой прибылью и возвращаемыми инвестициями): 126570 рублей

2) Величина рентабельности продаж (отношение прибыли к выручке):

$$r = П: Т = 226267/1358400 \cdot 100 = 16.66\%,$$

3) Величина рентабельности производственных фондов:

$$(П: (ОФ + МС) \cdot 100) = (226267/ (277300+300000)) \cdot 100\% = 39.2\%$$

4) Прогнозируемая цена на продукцию фирмы равна 2264 рубля

5) Критический объем выручки от продаж составляет 810512 рублей., при котором критический объем продаж составляет 358 приборов.

6) Эффективность капитальных вложений определяется как отношение прибыли к капитальным вложениям (инвестициям):

$$E = П / К = 170870/47300=3,61 \cdot 100\%$$

7) Срок окупаемости – величина обратная эффективности капитальных вложений: Т = 1/Е = 0.27 года или 4 месяца

8) Запас финансовой прочности организации:

$$W_{прочн} = (D_{max} – D_{min}) / D_{max} \cdot 100\% = (1358400-810512) / 1358400 \cdot 100\% = 40,3\%.$$

Это означает, что имеется возможность снизить планируемый доход от продаж на величину 40,3 % от планируемого. Чистой прибыли, остающейся в распоряжении предприятия вполне достаточно, чтобы

окупить капитальные вложения в течение первого года работы.

Критический объем продаж составляет 60% от планируемого. Этот факт позволяет фирме стабилизировать свое положение на рынке в течение первого года работы даже в случае борьбы со стороны конкурентов.

Небольшой срок окупаемости капитала позволяет фирме уже к концу первого года работы получать прибыль, идущую на развитие организации, а не возврат инвестиций

Запас финансовой прочности позволяет компании работать без убытков.

На основе рассмотренных показателей можно сделать вывод, что проект эффективен по следующим причинам: невысокая прибыль, но стабильные продажи; низкие цены на продукцию; невысокий уровень критического объема продаж по сравнению с планируемым; высокая эффективность капитальных вложений; короткий срок окупаемости капитала; достаточный запас финансовой прочности.

Следовательно, вывод на рынок инновационного проекта экономически обоснован.

Список литературы

1. Глущенко В.Д. Предпринимательская деятельность ЛПУ: основные направления // Главный врач, 2004, № 4. – С. 12-19.

2. Экономика предприятия / Под ред. И.О. Волкова. – М.: Инфра-М, 2008. – 416 с.

3. Якушев К.Р. Новосибирск в цифрах: сборник статистических материалов. – Новосибирск, Изд-во ГПНТБ, 2011. – 116 с.

4. Пантелеев А.В., Вавулин Д.Н., Альфимов А.В., Андреева О.В., Арысланова Е.М., Чивилихин С.А. Исследование химического синтеза наночастиц золота и сопровождающих его цветовых превращений // Наносистемы: физика, химия, математика. – 2012. – Т. 3. № 6. С.123-133.

Секция «Управление финансами предприятий (учреждений)», научный руководитель – Фазрахманов И.И., канд. экон. наук, доцент

МЕТОДЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Александров А.В., Ахметова Ю.А., Бакаев В.В., Трофимова А.А.

Волжский политехнический институт, филиал Волгоградского государственного технического университета, Волжский, e-mail: yahmetova@yandex.ru

Финансово-хозяйственное положение предприятия определяется в процессе проведения финансового анализа, который является частью экономического анализа и направлен на изучение показателей, параметров, коэффициентов и мультипликаторов, дающих объективную оценку финансового состояния организации.

Расхождения между российской системой бухгалтерского учета в России и МСФО в западных странах приводят к различиям между финансовой отчетностью, а соответственно и методами проведения финансового анализа, так как существует разница в конечных целях использования финансовой информации. Этот аспект и обуславливает актуальность темы.

Целью статьи является изучение методов финансового анализа для целей оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

При проведении финансового анализа важно финансовое положение предприятия как в долгосрочной перспективе, так и в краткосрочной перспективе. Исходной базой для расчетов служат данные бухгалтерского учета и отчетности, изучение которых помогает воспроизвести все ключевые аспекты производственной и коммерческой деятельности и совершенных операций в обобщенной форме.

Методические основы анализа хозяйственной деятельности предприятий разработали Н.Р. Вейцман, В.И. Стоцкий, С.К. Татур, Бочаров В.В. Экономический анализ научно обоснован в трудах отечественных ученых: М.С. Абрютиной, А.В. Грачева, М.Н. Крейниной, М.В. Мельник, М.Г. Миронова, Е.В. Негашева, Г.В. Савицкой, Р.С. Сайфулина, А.Д. Шеремета.

Для отображения объективного финансового состояния предприятия используются несколько методов: чтение бухгалтерской отчетности; горизонтальный анализ; вертикальный анализ; трендовый анализ; сравнительный (пространственный) анализ; факторный анализ; метод финансовых коэффициентов [1].

Чтение бухгалтерской отчетности – общее ознакомление с финансовым положением по данным баланса, приложений к нему и отчета о прибылях и убытках. По данным отчетности выясняется имущественное и финансовое положение предприятия с позиции долгосрочной перспективы; финансовые результаты, регулярно генерируемые данным предприятием; изменения в капитале собственников; ликвидность предприятия [2].

Горизонтальный (временной) анализ состоит в сравнении показателей бухгалтерской отчетности в разные периоды деятельности. Наиболее распространенными приемами горизонтального анализа являются: 1) простое сравнение статей отчетности и изучение причин их изменений; 2) анализ изменения статей отчетности по сравнению с колебаниями других статей.

Вертикальный (структурный) анализ осуществляют для определения удельного веса отдельных статей баланса в общем итоговом показателе и последующего сравнения полученного результата с данными предыдущего периода. Его можно проводить по исходной или агрегированной отчетности. Вертикальный анализ баланса позволяет рассмотреть соотношение между внеоборотными и оборотными активами, собственным и заемным капиталом, определить структуру капитала по его элементам.

Горизонтальный и вертикальный анализ дополняют друг друга и при составлении аналитических таблиц чаще всего применяются одновременно.

Трендовый анализ основан на расчете относительных отклонений параметров отчетности за ряд периодов (кварталов, лет) от уровня базисного периода. С помощью тренда формируются возможные значения показателей в будущем, т. е. осуществляется прогнозный анализ [3].

Сравнительный (пространственный) анализ проводят на основе внутрихозяйственного сравнения отдельных показателей предприятия и межхозяйственных показателей аналогичных компаний-конкурентов.

Факторный анализ – это процесс изучения влияния отдельных факторов (причин) на результативный показатель с помощью детерминированных и статистических приемов исследования. При этом факторный анализ может быть как прямым (собственно анализ), так и обратным (синтез). При прямом способе анализа результативный показатель разделяют на составные части, а при обратном – отдельные элементы соединяют в общий результативный показатель. Для достижения более высокой точности результатов необходимо постоянно корректировать набор показателей и значения коэффициентов весового влияния каждого показателя с учетом вида экономической деятельности и других перечисленных условий.

Метод финансовых коэффициентов – расчет отношений данных бухгалтерской отчетности и определение взаимосвязей показателей. При проведении аналитической работы следует учитывать следующие факторы: 1) эффективность применяемых методов планирования; 2) достоверность бухгалтерской отчетности; 3) использование различных методов учета (учетной политики); 4) уровень диверсификации деятельности других предприятий; 5) статичность применяемых коэффициентов.

В практике западных корпораций (США, Канада, Великобритания) наибольшее распространение получили следующие три коэффициента: ROA, ROE, ROIC.

Прибыль, приходящаяся на общую сумму активов:

$$ROA = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Всего активов}} 100\ \%.$$

Данный показатель выражает, сколько компания заработала на суммарных активах, сформированных за счет собственных и привлеченных источников.

Прибыль на собственный капитал:

$$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Акционерный капитал}} 100\%.$$

Этот коэффициент показывает, сколько было заработано на средствах, вложенных владельцами акций (прямо или при помощи нераспределенной прибыли).

Прибыль на инвестированный капитал:

$$ROIC = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Долгосрочные обязательства} + \text{Акционерный капитал}} 100\%.$$

Инвестированный капитал равен также оборотному (работающему) капиталу плюс основной капитал. Данный факт указывает на то, что акционеры и кредиторы должны финансировать имущество и оборудование компании, иные долгосрочные активы и ту часть текущих активов, которая не возмещена за счет краткосрочных обязательств.

Главное условие, которое должно быть при этом достигнуто, это то, что при анализе должен быть учтен тот и только тот капитал, который использован для получения прибыли, включенной в расчет.

Цель анализа состоит не только и не столько в том, чтобы установить и оценить финансовое состояние предприятия, но еще и в том, чтобы постоянно проводить работу, направленную на его улучшение, поэтому переоценить его значение для эффективного функционирования предприятия сложно.

Список литературы

1. Бочаров В.В. Финансовый анализ. Краткий курс. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2009. – 240 с.

Глазунов М.И. Оценка финансовой устойчивости коммерческой организации на основе данных бухгалтерского баланса // Экономический анализ: теория и практика. 2009. № 21 (150).

2. Любушкин Н.П. Анализ методов и моделей оценки финансовой устойчивости организаций // Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 1 (166).

РОЛЬ НАКОПИТЕЛЬНОЙ ЧАСТИ ПЕНСИИ В ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЕ

Смаков И.Ф.

ФГБОУ ВПО «Башкирский ГАУ», Уфа,
e-mail: i.smak@mail.ru

Накопительная часть пенсии – главное нововведение пенсионной реформы 2002 года. Её появление означало переход пенсионной системы России от распределительной схемы к смешанной. Это актуально, когда количество работающих и пенсионеров в стране приближается к соотношению один к одному, при том, что ещё 40 лет назад на одного пенсионера приходилось пятеро трудящихся.

С момента появления накопительной части пенсии в нашей стране прошло чуть более 10 лет. В современной России можно констатировать об активизации деятельности среди граждан в части управления накопительной составляющей пенсии. Об этом свидетельствует переходная кампания Пенсионного фонда России, по итогам которого в 2011 году поступило 6,6 млн. заявлений на перевод пенсионных накоплений, что на 38,4% больше показателя 2010 года (4,77 млн. заявлений) [1]. Таким образом, можно смело утверждать, что граждане с каждым годом все больше осознают возможность влиять на свою будущую пенсию.

Сегодня в России накопительная часть пенсии составляет 6% от фонда оплаты труда, однако обсуждается вопрос о её уменьшении. По словам Алексея Кудрина, ссылки на низкую доходность пенсионных накоплений не обоснованы. Эта система в нашей стране существует лишь чуть более 10 лет, а для пенсионной системы это короткий период.

К тому же, накопленная доходность пенсионных накоплений превышает накопленную инфляцию, которая по данным Федеральной службы государственной статистики с 2002 года составила 190% [2].

В Австралии – Future Fund, во Франции – Fond de Reserves des Retraites, в Швеции – National Pension Funds, а в России – накопительная часть пенсии. Уровень развития этой составляющей демонстрируют данные из таблицы [3].

Объем пенсионных накоплений в разных странах в 2011 г.

Страна	Год образования накопительной составляющей	Объем накоплений, млрд. долл.	% от ВВП	Объем накоплений в расчете на одного жителя, долл.
Австралия	2006	51,6	51,6	2282,28
Франция	1999	46,3	46,3	707,44
Ирландия	2000	31	31	6951,76
Швеция	2000	108,8	27,2	11637,53
Корея	1988	217,8	26,1	4375,85
Бельгия	2001	23,5	23,5	2170,4
Япония	2006	1137,7	23,2	8931,54
США	1940	2540,3	17,9	8221,59
Канада	1997	108,6	8,5	3154,04
Новая Зеландия	2001	8,3	8,3	1879,57
Испания	1997	83,4	5,7	1810,18
Россия	2002	16,7	0,007	116,86

Как видно из таблицы, доля пенсионных накоплений в ВВП в России составляет 0,007%, что значительно меньше аналогичного показателя развитых зарубежных стран.

Сторонники снижения накопительной составляющей утверждают, что она в условиях России себя не оправдала, однако, как показывает опыт развитых зарубежных стран, такого рода выводы делать слишком рано. Пенсионная система по своей сути не может показывать моментальный эффект. Как и в случае с развитыми в этом плане странами необходимо не одно десятилетие, чтобы система начала приносить плоды, как в виде достойного пенсионного обеспечения граждан, так и результатов осуществления финансирования долгосрочных программ развития. Ведь пенсионные накопления – это не только будущее благополучие граждан, но так же длинные деньги в экономике страны, без которых невозможно устойчивое развитие государства.

Список литературы

1. Официальный сайт Пенсионного фонда РФ [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.pfrf.ru/ – 2012.

2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://gks.ru/ – 2012.

3. Pensions at a Glance 2011: Retirement-income Systems in OECD and G20 Countries [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.globalaging.org – 2012.

Секция «Экономика и управление на предприятиях лесопромышленного комплекса: состояние, проблемы и перспективы развития», научный руководитель – Ляпунова А.Н., канд. техн.наук, доцент

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ЛЕСОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС РФ

Бударина О.С., Минакова К.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: kristina.minakova.92@mail.ru

Лесные ресурсы являются конкурентным преимуществом России. Но так же как и для любой другой отрасли, для развития ЛПК необходимы инвестиции, в том числе иностранные. Инвестиции являются основной частью основных направлений лесопромышленного комплекса. Медлительность процесса создания законодательной базы в конце 90-х годов прошлого века негативно сказалась на привлекательности лесного сектора для иностранных инвесторов. Отрасль несла серьезные убытки, и интерес инвесторов к лесной отрасли резко снизился, лишь немногие иностранные компании продолжили вкладывать свои средства в развитие производства. Инвестирование средств иностранных компаний осуществлялось в основном в небольшие проекты. В связи с этим за последние 4 года иностранные инвестиции лесопромышленный комплекс составили всего лишь 400 млн долл. [3]. В текущем десятилетии наблюдается рост иностранных инвестиций, связанный в основном с улучшением макроэкономических условий. Нынешнее состояние инвестиции в ЛПК характеризуется небольшим объемом в абсолютном и относительном выражении. Притоку иностранного капитала в ЛПК также препятствует то, что он принадлежит к тем отраслям народного хозяйства, в которых конфликты за передел собственности и по другим хозяйственным вопросам, протекают наиболее масштабно и жестко [1].

В настоящее время иностранные инвесторы, по большей степени, наиболее охотно вкладывают деньги в предприятия с полностью иностранным капиталом или с собственным пакетом акций. Таким образом, на капитал с иностранными инвестициями приходится около трети продукции отрасли. Но наряду с дефицитом капиталовложений, требуются дополнительные инвестиции. Острый дефицит капиталовложений в ЛПК мог бы быть уменьшен, путем привлечения портфельных или иных инвестиций, но , к сожалению, из-за отраслевых особенностей ЛПК, в том числе его микроэкономической структуры, это практически невозможно. Для привлечения иностранного капитала в ЛПК РФ могут быть использованы различные инструменты, в том числе относящиеся и к государственно-частному партнерству. Для улучшения инвестиционного климата в ЛПК российское законодательство приняло РФ национального режима, т. е. равные условия капиталовложений с хозяйствующими российскими субъектами. [1]

Во многих регионах России разрабатываются программы по привлечению иностранных инвесторов, в том числе путем создания мощностей по глубокой переработке древесины. Однако ситуация, сложившаяся на российском рынке, не позволяет привлекать инвестиции в достаточных объемах. Увеличение экспортных пошлин на круглые лесоматериалы обеспечит приток инвестиций для развития производств по глубокой переработке древесины странами-импортерами круглых лесоматериалов, а также дополнительный доход в федеральный бюджет. Также внедрение лизинговых операций будет способствовать решению проблемы привлечения инвестиционных ресурсов из-за рубежа. В результате чего появится возможность обновления парка машин и оборудования, в том числе и в лесозаготовительной промышленности.[2]

В связи с этим в РФ необходимо обеспечить эффективную реализацию мер государственной поддержки ЛПК, создание нормативно-правовых актов по вопросам экспорта и импорта капитала, соответствующих общепризнанным стандартам Организации экономического сотрудничества и развития.

Анализ проблематики иностранных инвестиций в настоящее время затруднен в связи с тем, сто в официальных источниках РОССТАТА отсутствует совокупность взаимосвязанных показателей, которые дают цельную картину иностранных инвестиций в лесопромышленный комплекс и его сегменты.[1]

Таким образом, в настоящий момент инвестиционный климат в ЛПК РФ носителями (реальными и потенциальными) иностранных капиталовложений оценивается как недостаточно благоприятный, особенно из-за крайней слабости рынка капитала для данного сектора. Для обеспечения динамичного развития ЛПК РФ, обеспечивающего удовлетворение внутреннего и внешнего спроса на его продукцию, необходимо преодоление инвестиционного дефицита, составляющего основную проблему ЛПК РФ, что невозможно только за счет внутренних источников, без наращивания здесь иностранных инвестиций.

Список литературы

1. Колыхалов И.А. Иностранные инвестиции в ЛПК РФ [электронный ресурс]: http://www.ceninauku.ru/.

2. Потребность ЛПК России в инвестициях[электронный ресурс]: http://les.lesprom.com/.

3. Перспективы развития лесопромышленного комплекса России [электронный ресурс]: http://forestclubexpo.ru/.

НЕСТАНДАРТНЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА (НА ПРИМЕРЕ ООО «МАКС-МАСТЕР»)

Головкина А.В.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: golovkina.anastasiia@mail.ru

Мотивация персонала – система действий по активизации мотивов сотрудников. Её целью является не заставить человека работать, а пробудить в нём желание к работе. Мотивация, как известно, стимулирует сотрудника или группу сотрудников к деятельности по достижению целей предприятия через удовлетворение их собственных потребностей [1].

Главные рычаги мотивации – это стимул и мотивы. Под стимулом понимают материальную награду определённой формы (например, заработная плата). Под мотивом подразумевают желание, ориентация, внутренние целевые установки. Основными формами мотивации (стимулирования) работников предприятия являются:

Экономические стимулы. Естественно, к таким стимулам относятся заработная плата, всевозможные премии и другие денежные вознаграждения.

Системы внутрифирменных льгот работникам предприятия. К ним относятся предоставление беспроцентных ссуд или ссуд с низким процентом, скидка на продукцию предприятия,оплата больничных листов сверх определённого уровня и тд.

Продвижение работников по карьерной лестнице. Для этого работодатель может оплатить обучение или курсы повышения квалификации, планировать карьеру работника.

Нестандартные методы. К ним можно отнести установка на предприятии с горячими напитками, тренажёрный зал, комнату отдыха, организация досуга сотрудников и тд.

В настоящее время значение нестандартных методов мотивации персонала возрастает.

Одна из российских рекрутинговых компаний провела исследование на тему: «Влияние дополнительных сервисов в офисе на мотивацию персонала» [1].

Согласно результатам исследования, на сегодняшний день организации обладают следующими возможностями: 60% респондентов имеют в офисе кухню; 35% – автомат с бесплатным кофе; 9% – душевую зону; 6% – комнату отдыха; 5% – теннисный стол; 2% – спальню;1% – самокаты [2].

ООО «Макс Мастер» одна из молодых развивающихся компаний города Воронежа. Компания до недавнего времени занималась исключительно продажей мебельной фурнитуры ведущих мировых производителей. В 2009 году на предприятии открылось производство деталей мебели на заказ для частных клиентов и дизайн-студия корпусной мебели, которая прекратила своё существование 2 месяца назад из-за своей нерентабельности.

На предприятии установлена так называемая «чистая мотивация». То есть зарплата любого работника не зависит от образования, опыта работы или разряда, а зависит только выработки (количество принятых заказов или произведённых м2) и коэффициента трудового участия. Другой вопрос в том, что на руководящую должность естественно не возьмут человека без опыта работы и профильного образования. Зарплата рядового менеджера в компании «Макс Мастер» зависит только от проданного товара. Оплата труда старшего менеджера складывается из оклада и процентов от продаж, который немногим выше, чем у рядового менеджера. Работники склада не мотивируются, заработная плата у них стабильная, но за дополнительные работы (по желанию) идёт оплата. Работникам, занятым производством зарплата начисляется за каждый м2 произведённой продукции, небольшая часть отдаётся технологу за составление карты раскроя плитного материала, определённый процент уходит за непосредственно сам раскрой распиловщикам. Оставшаяся сумма делится между бригадой в зависимости от коэффициента трудового участия каждого работника. За руководство бригадой доплачивают, но размер доплаты не зависит от количества членов бригады. Оплата труда технолога производства складывается из оклада и процентов от продаж производства. Заработная плата начальника производства кроме оклада включает в себя бонус, который зависит от процентного выполнения плана производственной части. Если поставленный план выполняется на более, чем 59%, то бонус выплачивается. Остальные работники не мотивируется выполнением плана.

К сожалению, на ООО «Макс Мастер» не предусмотрены надбавки за работу в праздничные и выходные дни, но по желанию генерального директора могут быть выданы премии. К нарушителям трудовой дисциплины применяются меры дисциплинарных взысканий (например, штраф в размере 500руб за курение в неположенном месте или опоздание).

К нестандартным способам мотивации можно отнести наличие столовой на предприятии, автомат с кофе, душ. Также сотрудники компании регулярно выезжают на природу и пр. Мною был проведён опрос сотрудников предприятия на тему, чтобы они ещё хотели на своём предприятии для улучшения трудовой деятельности. 29% пожелали иметь тренажёрный зал от предприятия(большинство из желающих-женщины), 20% не отказались бы от столовой или хотя бы буфета (большинство опрошенных –мужчины), 5% хотят побольше корпоративов. Остальные затруднились ответить. К сожалению, на небольших предприятиях, таких как ООО «Макс-Мастер», сложно мотивировать нестандартно, т.к сотрудников небольшое количество, а доходы предприятия не очень велики.

Список литературы

1. Шалашова Е.О., Марковская И.М. Психологические основы мотивации персонала. Учебное пособие [электронный ресурс] // Режим доступа: http://myakushkin.ru/ru/partnery/psixologicheskie-osnovy-motivaczii-personalauchebnoe-posobie-.html. – загл. с экрана.

2. Официальный сайт Агентство кадровых решений «Единство» Режим доступа: http://edinstvo-p.ru/presscenter/news/169-2011-12-05-12-54-22.

УЧАСТНИКИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА И ФОРМЫ ИХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Карро И.И., Анпилогова М.Е.

Филиал Воронежского ГАСУ, Борисоглебск, e-mail: irina-karro@mail.ru

Инновационная деятельность может осуществляться на разных уровнях: федеральном, отраслевом, региональном, муниципальном, фирменном, бытовом. Она может быть межотраслевой и отраслевой. Результатами своей инновационной деятельности участники основного и обслуживающего инновационных процессов обмениваются через рынки. Законы, постановления, административные и экономические решения органов власти различных уровней составляют деятельность по регулированию инновационного процесса.

В зависимости от роли участия в инновационном процессе, участников инновационной деятельности можно подразделить на: субъекты инновационной деятельности, субъекты, обеспечивающие иннова-

ционную деятельность, и субъекты, регулирующие инновационную деятельность. Субъектами, регулирующими инновационную деятельность, являются: органы государственной власти государства и органы местного самоуправления. Они устанавливают общие направления инновационной деятельности, утверждают инновационные проекты и программы, вырабатывают основные принципы развития инновационной деятельности в сфере науки и научного обслуживания, утверждают формы государственной отчетности, учреждают и регистрируют организации, реализующие инновационные проекты и т.п. Субъектами, обеспечивающими инновационную деятельность, являются юридические и физические лица, оказывающие финансовые, информационные, маркетинговые, патентно-лицензионные, лизинговые и прочие услуги субъектам инновационной деятельности.

Федерально-контрактная система (ФКС) – пример одного из самых эффективных инструментов государственной политики в области инноваций. В рамках ФКС государство реализует единый цикл, включающий 3 стадии: формирование госзаказа; размещение госзаказа (поиск исполнителя); исполнение государственного контракта.

Среди организационных структур инновационного менеджмента особая роль принадлежит малым фирмам. Для рыночной экономики характерно распространение рыночных отношений на все хозяйственные сферы. Поэтому инновация рассматривается как товар. Американская практика организации поисковых исследований породила своеобразную форму предпринимательства – рисковый (венчурный) бизнес. Об эффективности малых фирм в инновационном процессе свидетельствуют следующие данные: по оценкам Национального научного фонда США, на каждый вложенный в НИОКР доллар фирмы с численностью до 100 человек осуществляли в четыре раза больше нововведений, чем фирмы с занятостью в 100-1000 человек, и в 24 раза больше, чем компании, где занятость свыше 1000 человек. Темпы нововведений у них на треть выше, чем у крупных, кроме этого, небольшим фирмам требуется в среднем 2,22 года, чтобы выйти со своими нововведениями на рынок, тогда как крупным – 3,05 года.

Примерами крупнейших венчурных фондов в России является «Российская венчурная компания» (РВК), «Фонд ВТБ», а также корпорация «РосНано». 7 ноября 1998 года в России был подписан президентский указ «О мерах по развитию наукоградов как городов науки и высоких технологий». Официальный статус наукограда в 2000 году получил Обнинск, в 2001г. –г.Королев. Всего подобных городов в России около 60 – больше, чем в какой-либо другой стране мира. Их сохранение и развитие – это вопрос государственной конкурентоспособности.

Главной целью технопарка является превращение результатов научно-технических работ в новые конкурентоспособные товары и услуги, резкое сокращение инновационного цикла от идеи до товара. Эта цель достигается за счет «инкубации» – выращивания малых и средних инновационных фирм на базе какого-либо вуза или научного учреждения. Одним из ярких примеров динамично развивающихся технопарков в России является технопарк, расположенный в городе Саров Нижегородской области. Параллельно и вместе с технопарками «центры» инноваций могут действовать самостоятельно. Наибольшее распространение из них получили инновационные центры (бизнес-инкубаторы) и производственно-технологические (инжиниринговые, инженерные) центры.

В связи с необходимостью развития инновационной инфраструктуры именно бизнес-инкубаторы рассматривались до недавнего времени как основной инструмент для развития и поддержки малых инновационных предприятий.

В настоящее время в регионе успешно реализуется долгосрочная целевая Программа «Развитие инновационной деятельности в Воронежской области на 2011-2015 годы». Для формирования благоприятного инвестиционного и активизации всех участников инвестиционного процесса по поручению губернатора Воронежской области Алексея Васильевича Гордеева была принята региональная Программа «Повышение инвестиционной привлекательности Воронежской области на 2011-2014 годы». Большое внимание уделяется развитию индустриальных парков. В настоящее время идет динамичное освоение индустриального парка «Масловский». Индустриальные парки в качестве точек роста экономики области также планируется разместить на территории Хохольского, Семилукского, Бобровского, Лискинского районов. В качестве инструмента, оказывающего мощное влияние на активизацию рыночных процессов, повышение конкурентоспособности отраслей и территорий, предполагается также использовать потенциал кластерной политики. Для этого утверждена ведомственная целевая программа, направленная на формирование и развитие кластерных образований. Создан и Центр кластерного развития при Правительстве Воронежской области. А в конце прошлого года была утверждена новая редакция Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2020 года. Одна из ее основных целей – это выход в первую десятку субъектов Российской Федерации по уровню валового регионального продукта.

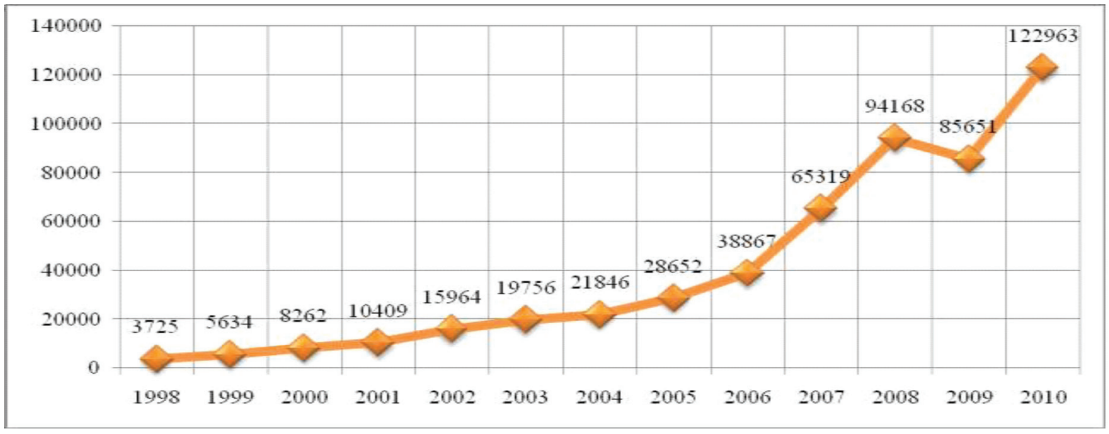
Привлекательность Воронежской области для инвестиций объясняется прежде всего ее выгодным транспортно-географическим положением. Второй фактор – ёмкий рынок сбыта: в радиусе 500 километров проживает около 35 миллионов человек, в самой Воронежской области – 2,3 миллиона. Третий фактор – это качественный рынок труда, хорошая научная и образовательная база. Четвертый – преференции от властей, которые получают инвесторы. Например, снижение для особо значимых проектов налога на прибыль до восьми лет, освобождение от уплаты налога на имущество на такой же срок, льготные ставки по аренде земли. Пятый – наличие нормативно-правовой базы, снижающей административные барьеры для инвесторов. И главная отличительная особенность Воронежа – это университетский город, где численность студентов приближается к 15 процентам от общей численности населения города Наибольшая доля инвестиций приходилась на Швейцарию, Германию, Кипр, Нидерланды и Украину.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Карро И.И., Бардина Д.

Филиал Воронежского ГАСУ, Борисоглебск, e-mail: irina-karro@mail.ru

Для оценки инвестиционной привлекательности Воронежской области используются следующие понятия: инвестиционный потенциал региона и региональные инвестиционные риски. В основе данной оценки используется региональный программный документ «Повышение инвестиционной привлекательности Воронежской области на 2011-2014 годы». Представляем динамику инвестиций в основной капитал в Воронежской области, 1998-2010 гг., млн. рублей.



Как видно из данных мониторинга, в 2009 году объём инвестиций в основной капитал снизился на 10%, что объясняется кризисными явлениями в экономике страны. Несмотря на это, уже в 2010 году объем инвестиций в основной капитал составил 123 млрд., что соответствует 3 месту в ЦФО. Для сравнения с другими субъектами РФ, представим данные по объёму иностранных инвестиций в экономику различных субъектов в млн. долларов.

Регион	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Российская Федерация	53651,0	55109,1	120941,2	103768,9	81927,3	114746,0
ЦФО	28930,4	30100,6	78722,1	55392,6	49435,8	76700,2
Белгородская область	21,1	84,2	536,9	2399,9	48,1	45,7
Брянская область	17,7	6,3	17,2	43,3	35	25,6
Владимирская область	205,9	336,1	483,3	673,9	530,6	765,5
Воронежская область	53,3	107,9	160,3	120,4	196,3	279,6
Ивановская область	0,9	100,4	42,6	111,8	83,5	67,6
Калужская область	25,3	127,1	381	1503,4	1132,8	1194,5
Костромская область	214,8	98,9	27,8	39,6	38,4	19,7
Курская область	4,9	23,8	32,2	1	2,8	19,7
Липецкая область	44,2	136,9	198,9	1763,3	331,1	854,1
Московская область	2737,4	4661,4	5250,2	6685,5	4528,1	6207,3
Орловская область	19,7	43,5	48,7	30,3	3,5	86
Рязанская область	7,4	9,5	118,7	296,6	90,2	100,
Смоленская область	29,7	38,9	31,3	92,8	254,2	292,6
Тамбовская область	5,9	7,4	38,5	36	2,7	15,5
Тверская область	1,4	13,3	78,2	117	220,3	112,9
Тульская область	235,6	276,2	176,6	429,5	488,6	366,3
Ярославская область	77,1	42,5	226	210	132,8	63,4
г. Москва	25228	23986	70873,4	40830,4	41316,9	66183,7

Данные свидетельствуют что, по сравнению с кризисным 2008 годом, объём иностранных инвестиций в 2010 году вырос более, чем в два раза. По оценке независимых экспертов, область входит в первую десятку регионов России, имеющих благоприятные предпосылки для инновационного развития. Воронежская область занимает одно из ведущих мест по числу малых предприятий в сфере «Наука и научное обслуживание» (более 300) и по количеству научных организаций. В области с 2003 года активно осуществляются мероприятия по созданию региональной инновационной системы. Воронежская область входит в восьмерку самых развитых регионов с нормативной базой в инновациях. Начиная с 2005 года в области осуществлялась областная целевая программа «Развитие инновационной деятельности в промышленности области на 2005-2008 годы», общий объем финансирования которой составил около 700 млн. рублей, в том числе из областного бюджета – более 90 млн.

Мониторинг структуры источников финансирования инвестиций в Воронежской области в 2006-2010 гг., показал, что доля привлечённого капитала, по сравнению с кризисным 2008 годом, в 2010 выросла на 10%. Также стоит отметить, что ведущую роль в структуре собственных источников финансирования играет амортизация, которая составляет 63,3% всех использованных в 2010 г. По результатам опроса в 2011 году большинство экспертов оценили инвестиционный климат Воронежской области как удовлетворительный, 31% – как хороший и 19% считают инвестиционный климат плохим.

По мнению экспертов, главными факторами, препятствующими инвестиционной привлекательности области являются: административные барьеры – 50%

экспертов; уровень коррупции – 35%; уровень налоговой нагрузки – 35%; негативное влияние монополизации 17 отраслей экономики – 23%; недостаточное правовое обеспечение и социальную ответственность исполнения договоров – 8%.

По совокупному инвестиционному риску, по данным рейтингового агентства «Эксперт РА», Воронежская область занимает третье место, что выгодно отличает область в сравнении с другими регионами. Одним из основных факторов движения области вперед является снижение криминального риска. Отметим, что за последние два года наблюдается положительная динамика по всем составляющим, за исключением финансовой.

Таким образом, инвестиционные возможности Воронежской области определяются существующей индустриально-аграрной направленностью, а также развитием новых отраслей с учётом инфраструктурного и производственного потенциала и повышенной заинтересованности зарубежных инвесторов к российской экономике. Для повышения инвестиционной привлекательности региона, срочно нужно поднимать планку финансовой составляющей и снижать риски вложения инвестиций в данный ранг. В целом, динамика развития Воронежской области положительна, что даёт надежду на повышение инвестиционного потенциала региона и соответственного его привлекательности в ближайшие годы.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В ИННОВАЦИОННО-КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

Карро И.И., Дарьина Ю.

Филиал Воронежского ГАСУ, Борисоглебск, e-mail: irina-karro@mail.ru

Ключевое значение в современных условиях приобретает характер инновационной деятельности, информационных ресурсов, форм производства и форм богатства. Модифицируется и предмет экономики, исходно ориентированный на изучение микроэкономических параметров функционирования рыночного механизма. Помимо субъектно-институциональной организации она включает в себя финансовые отношения, мировую торговлю, миграцию капитала и рабочей силы, глобальные научно-технические взаимосвязи, движение информации и другие общепланетарные экономические формы.

Высокая конкурентоспособность любой продукции, в том числе и инновационной, базируется на конкурентных преимуществах организации, производящей эту продукцию. Конкурентное преимущество получают фирмы: базирующиеся в тех регионах, которые позволяют наиболее быстро накопить специализированные ресурсы и навыки; если в регионе базирования фирмы имеется более доступная и точная информация о потребностях в товарах и технологиях; если совпадают интересы владельцев, менеджеров и персонала; если в распоряжении фирмы имеются дешевые или уникально высококачественные факторы, важные при конкуренции в конкретной отрасли.

Эффективная конкуренция должна быть добросовестной, т.е. не ущемляющей права потребителей и не использующей методы, запрещенные законом. Добросовестная и эффективная конкуренция должна подкрепляться правовыми гарантиями со стороны государства. Государство, определяя и обеспечивая правила взаимодействия на рынке, добивается компромисса за счет подчинения интересов предпринимателя государства интересам потребителя.

Чистая конкуренция наблюдается в отраслях с большим количеством конкурентов и не требует регулирования со стороны государства, при небольшом количестве она превращается в соперничество.

Различают следующие виды конкуренции: чистую конкуренцию между фирмами, монополистическую, внутрифирменную, функциональную, предметную, видовую.

В конце XIX – начале XX вв. получила развитие внутриотраслевая конкуренция. Соперничество предприятий одной отрасли за получение сверхприбыли позволяет не просто следовать в авангарде научно-технического прогресса, а быть все время впереди. Именно механизм внутриотраслевой конкуренции позволяет многом странам с рыночной экономикой занимать лидирующее положение на мировом рынке.

В российской предпринимательской практике в настоящее время, как правило, используются методы недобросовестной конкуренции. Недобросовестная конкуренция представляет собой применение методов и приемов, связанных с нарушением принятых на рынке норм и правил конкурентной борьбы.

Виды недобросовестной конкуренции: скрытое использование чужой торговой марки; подделка продукции конкурента; подкуп сотрудников конкурента; продажа продукции по ценам ниже рыночных с целью подрыва позиций конкурента; неоправданное повышение уровня оплаты труда с целью привлечения персонала конкурентов в свою фирму; тайный сговор конкурентов на торгах; экономический и промышленный шпионаж; распространение ложной информации; махинации с деловой отчетностью; физическое уничтожение конкурента; разглашение коммерческой тайны конкурента; необъективная реклама.

Для фирм, по отношению к которым была применена недобросовестная конкуренция, не редко сужается рынок сбыта, прибыль резко снижается, переходя к производителям контрафактной продукции, подрывающей авторитет и имидж фирмы, т.к. помимо своей дешевизны они еще имеют и низкое качество, ухудшая тем самым доверие потребителей к фирме. Коммерческие организации и другие субъекты хозяйствования в конкурентной борьбе на рынке инновационной деятельности в связи с этим вынуждены: повышать технический уровень производства; улучшать технический уровень продукции или системы услуг; развивать организацию производства и менеджмента; повышать качество продукции и услуг; снижать издержки производства; совершенствовать систему технического обслуживания ;сокращать эксплуатационные расходы потребителей; полезный эффект своей продукции, вида услуг.

Для повышения полезного эффекта от выпускаемой продукции предприятие должно использовать в своей конкурентной борьбе инновационный подход, который определяет следующие принципы: положительное отношение к новому; высокая адаптивность к ситуациям; новизна, сложность и неповторяемость выполняемых работ; высокий риск инвестирования и неопределенность достижения конечных результатов деятельности; неопределенность параметров организации труда; возможность получения большого дохода.

Главное в рыночных условиях – способность производителя дать потребителю инновационный продукт за ту же цену, при тех же издержках производства, что и у товаров-предшественников. В России конкуренция из скрытой перешла в явную форму и стала одним из решающих факторов развития инновационного предпринимательства.

Основной формой конкуренции в инновационной сфере является научно-техническое превосходство новой продукции, которое определяется превосход-

ством научных достижений инженерно-технических работников (интеллектуальной собственности). Наука имеет ценность как выражение интеллектуального труда. Конкурентоспособность продукции можно оценить уровнем новейших изобретений и результатом научного поиска.

В целях обеспечения конкуренции между инновационными организациями в решении закрепленных за ними научно-технических проблем следует осуществить в отраслях народного хозяйства переход к проектированию на конкурентной основе образцов новой техники, технологии, материалов, имеющих важнейшее народнохозяйственное значение, проводить открытые конкурсы по решению важнейших научно-технических задач с участием зарубежных ученых и организаций при обязательном условии внедрения полученных результатов в производство, целесообразно создавать научно-технические консультативные и внедренческие организации для оказания содействия в использовании новейших достижений науки и техники, изучить передовой опыт в развитых странах по совершенствованию экономического механизма научно-технического прогресса.

СТРОИТЕЛЬНАЯ ОТРАСЛЬ: ПОСТКРИЗИСНОЕ РАЗВИТИЕ – ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ

Карро И.И., Пашкова О.

Филиал Воронежского ГАСУ, Борисоглебск, e-mail: irina-karro@mail.ru

Строительство – это работа, качество которой зависит не только от дорогостоящего материала, (что тоже немало важно), но прежде всего от людей, ее выполняющих. Финансовый кризис привел к резкому сокращению инвестиций, замораживанию строительных проектов, удорожанию материалов и энергоносителей. В этих условиях предъявляются особые, повышенные требования к системе управления строительной компанией. Некоторые эксперты рынка выделяют несколько основных мер, которые могут способствовать преодолению кризисной ситуации в строительной отрасли. Генеральный директор Российского Союза строителей Михаил Викторов в целях преодолении кризиса предложил реализацию следующих мер:

1. Заморозка тарифов всевозможных монополий (энергетических, транспортных и пр.).

2. Проработка и реализация комплексных мер адресной кредитной поддержки (финансовой) предприятий строительного комплекса, а именно, компаний, занимающихся строительством массового жилья, осуществляющих проекты комплексной застройки с дорогостоящим инфраструктурным развитием, предприятий стройиндустрии, а также промышленного и дорожного строительства, включая выполнение обязательств бюджета по системе госзаказа.

3. Увеличение финансирования строительства жилья за счет федерального и региональных бюджетов.

4. По результатам анализа финансового состояния предприятий строительного комплекса рассмотреть возможность предоставления налоговых «каникул».

5. Упрощение доступа к ресурсам, необходимым для строительства, а именно: земельные участки, вплоть до бесплатного целевого предоставления земли для целей социального массового жилищного строительства, энергоподключение, кредитный ресурс.

Решение задачи минимизации рисков возможно за счет использования современных информационных технологий, в частности систем автоматизации управления предприятием (или ERP-систем). Возможности современных ERP-систем чрезвычайно широки. Для того чтобы ERP-система в строительной компании использовалась наиболее эффективно, она должна в полной мере учитывать отраслевую специфику, быть надежной и простой в эксплуатации. Благодаря современным ERP-системам руководство компании получает возможность полностью контролировать расходы и доходы, выполнение работ на всех объектах, отслеживать реализацию инвестиционных планов, принимать обоснованные управленческие решения. При помощи такого программного сопровождения строительные проекты компании выполняются точно в срок, с запланированной себестоимостью и высоким уровнем качества. Тем самым поддержка со стороны государства и совершенствование системы управления с помощью таких современных систем позволят российским строительным компаниям с минимальными потерями переживать кризисное время.

Не секрет, что строительная отрасль, помимо занятости представителей основных строительных профессий, создает условия для занятости определенного числа специалистов в смежных отраслях – науке, проектировании, металлургии, производстве строительных материалов, машиностроении. В условиях кризисной ситуации остановка строительной отрасли, «замораживание» строек, свертывание инвестиции в основные фонды страны подобна общей экономической катастрофе. Ведь в создании сложных объектов участвуют десятки предприятий-представителей различных отраслей. Поэтому для выхода из кризисной ситуации в стратегическом объединении «государство-бизнес-наука» необходимо прямое участие государства. А.В. Ночный, президент НП «Союз производителей бетона», заслуженный строитель РФ предлагает в связи с этим следующие меры для посткризисной ситуации:

• не допустить снижения темпов строительства и разрушения строительной отрасли; обеспечить разностороннюю государственную поддержку конечному потребителю продукции строительной отрасли;

• государству взять на себя функции основного заказчика в жилищном и социальном строительстве и обеспечить действенный контроль за действиями монополий, установить «правила игры» на строительном рынке с целью обеспечения защиты инвесторов и прав граждан;

• с целью снижения или стабилизации цен на жилье и строительные материалы законодательно ограничить норму прибыли строительных организаций и предприятий стройиндустрии;

• не допустить пересмотра концепции реформы технического регулирования; активизировать деятельность производителей бетона в области формирования современной нормативно-технической базы развития отрасли, в том числе через участие в деятельности технических комитетов по стандартизации;

• активизировать вопрос о создании в системе Ростехрегулирования самостоятельного технического комитета «Бетон и железобетон» – аналога ISO TC 71 (Concrete, reinforced concrete and pre-stressed concrete);

• восстановить полномасштабное управление строительством через создание в структуре федеральных органов власти Министерства строительства РФ;

• усилить консолидирующую роль некоммерческих организаций стройиндустрии (включая Союз производителей бетона) в решении отраслевых проблем;

• предприятиям отрасли активно совершенствовать и модернизировать производство, расширять

деловые контакты и связи с зарубежными (прежде всего, европейскими) производителями бетона и их объединениями в интересах обеспечения конкурентоспособности отрасли в условиях вступления России в ВТО;

• усилить роль науки и подготовки кадров, поскольку это является необходимым условием динамичного развития отрасли; необходима последовательная интеграция науки и высшей школы с предприятиями и организациями отрасли.

Исследование тенденций посткризисного развития отрасли показывает, что значительные резервы возможностей заключены организационно-административных ресурсах, требующих кардинальных качественных реформ и пристального внимания.

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В РОССИИ

Карро И.И., Попова А.А.

Филиал Воронежского ГАСУ, Борисоглебск, e-mail: irina-karro@mail.ru

К инновациям относятся все изменения (новшества), которые впервые нашли применение на предприятии и приносят ему конкретную экономическую и/или социальную пользу. Поэтому под инновацией понимается не только внедрение нового продукта на рынок, но и целый ряд других нововведений.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

Инновационный процесс связан с созданием, освоением и распространением инноваций.

Управление инновациями – сравнительно новое понятие в научно-технической, производственно-технологической и административной сферой деятельности профессиональных управляющих.

Инновационный менеджмент основывается на следующих ключевых моментах:

• поиск идеи, служащей фундаментом для данной инновации;

• организация инновационного процесса для данной инновации;

• процесс продвижения и реализации инновации на рынке.

Новшеством может быть новый порядок, новый метод, изобретение. С момента принятия к распространению новшество приобретает новое качество и становится инновацией.

Процесс организации инновационного менеджмента на предприятии состоит из следующих взаимосвязанных этапов: определение цели управления инновацией; выбор стратегии менеджмента инновации; определение приемов управления инновацией; разработка программы управления инновацией; организация работ по выполнению программы; контроль за выполнением намеченной программы; анализ и оценка эффективности приемов управления инновацией; корректировка приемов менеджмента инновации.

Организация инновационного менеджмента закладывается уже при создании и реализации инновации, то есть в самом инновационном процессе. Инновационный процесс служит тем фундаментом прочности, от которого будет зависеть эффективность использования приемов инновационного менеджмента.

Недостаточный уровень отечественного научно-технического потенциала и результативности его использования стали одними из факторов, которые предопределили крайне низкую инновационность нашей экономики.

Распределение уровня инновационной активности по видам экономической деятельности представлено на рисунке. Как следует из приведённых данных, уровень инновационной активности во всех отраслях экономики остается явно недостаточным, даже в её наиболее наукоёмких отраслях: деятельности, связанной с вычислительной техникой и информационными технологиями, и связи.

Низким остаётся во всех отраслях и удельный вес затрат на технологические инновации. Удельный вес инновационных товаров в продукции отечественной промышленности в 2010 г. составляет 8.9%, что крайне мало для современного общества, стремящегося хотя бы к минимальной конкурентоспособности своей экономики. Нет никаких оснований говорить о каких-либо тенденциях сближения с зарубежными инновационными экономиками.

Уровень инновационной активности организаций промышленного производства и сферы услуг по видам экономической деятельности (удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе обследованных организаций)

При этом нет свидетельств и в пользу того, что имеются тенденции к улучшению, поскольку затраты на технологические инновации в сопоставимых ценах растут недостаточно (особенно до 2008 г.), что хорошо видно из данных таблицы. Инновационная активность отечественных производителей видится ещё более низкой на фоне инновационных процессов в развитых странах Европы. Удельный вес новых для рынка инновационных товаров в общем объёме отгруженных товаров инновационно-активных предприятий в России в 2009 г. составил 0,7%, в то время как по данным за 2004-2006 гг. в Великобритании этот показатель составил 12%, в Венгрии – 14%, в Германии – 14.1%, в Португалии – 15.4%.

В настоящее время инновации становятся ключевым фактором развития малых и средних предприятий. В принципе малые и средние предприятия для успешного осуществления инновационных проектов могут воспользоваться двумя альтернативами:

Предприятия сами разрабатывают инновационно-технические предпосылки и реализуют на рынке полученные результаты.

В рамках кооперационной стратегии малые и средние предприятия сотрудничают с другими компаниями.

Инновации характеризуются жизненным циклом, от возникновения новой идеи и до внедрения и закрепления нового продукта на рынке. В этом цикле можно выделить шесть типичных фаз с характерными для каждой видами деятельности, ситуациями принятия решений и результатами, не учитывать которые в системе менеджмента невозможно.

УЧАСТНИКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ФОРМЫ ИХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Карро И.И., Солодкова О.В.

Филиал Воронежского ГАСУ, Борисоглебск, e-mail: irina-karro@mail.ru

Всё, что создаётся и продаётся в рыночных условиях, является продукцией. Инновации не являются исключением, поэтому основными участниками инновационного процесса являются: участники, предъявляющие спрос на инновации; участники, формирующие предложение на инновации; посредники инновационного процесса.

Спрос на инновации формируется государством, промышленными предприятиями, а также производителями инновационной продукции, для которых она моет быть комплектующей, составными элементами для собственной наукоемкой продукции.

Инициаторами инноваций могут быть научные и научно-исследовательские институты (НИИ), группы кооперирующихся между собой организаций, выпускающих инновационную продукцию. За счет взаимодействия организаций внутри этих групп усиливаются их конкурентные преимущества. В их состав могут входить: поставщики товаров и услуг; НИИ; ВУЗы; инжиниринговые компании. Для обеспечения взаимодействия между спросом и предложением на инновации необходима цепочка разнообразных посредников. Они быть стимулирующими финансовые потоки в инновационной среде, а также выступать трансфертами инноваций от спроса к предложению.

В инновационном процессе государству может быть отведена ведущая роль как источника спроса на инновации, так и главного посредника инновационных процессов. Именно оно заинтересовано в конкурентоспособности отечественной промышленности, т.к. именно государство имеет наибольшие возможности по стимулированию инновационных процессов как с точки зрения финансирования инноваций и организации инфраструктуры, экономической среды, благоприятной для развития инноваций.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) – это форма соучастия государства в инновационном процессе, то есть конструктивное и равноправное взаимодействие с бизнесом не только в экономике, но и в культуре, науке и прочих направлениях. Ярким примером ГЧП являются гранты на проведение НИОКР в определенной сфере, с помощью которых государство и частный инвестор софинансируют по 50% проектных затрат.

Рынок капитала является одним из наиболее активных посредников инновационного процесса в инновационной среде. Малые инновационные предприятия, размещая акции на фондовом рынке, могут привлечь крупные суммы инвестиций в инновационные разработки.

В настоящее время России этому препятствует большая стоимость услуг по выходу предприятий на фондовой рынок. Интересно, что последнее предложение А. Чубайса, руководителя «Роснано», как раз касалось того, чтобы сделки по выходу предприятий на фондовой рынок для инновационных компаний стали бесплатными.

Основным отличием венчурного фонда от других инвестиционных фондов является модель получения прибыли. Высоко-рискованные проекты отличаются тем, что прибыль для них может быть как отрицательной или нулевой, так и сверхвысокой. Средняя доходность проекта в развитых, традиционных отраслях промышленности составляет около 12-20%. Венчурный инвестор рассчитывает на прибыль от проекта более чем 100%.

Ключевой особенностью организации инновационного процесса в России является низкая готовность научно-исследовательской продукции к условиям рынка, инфраструктура инновационного процесса неразвита. Появление и функционирование посредников инноваций – технопарков, бизнес-инкубаторов, бирж технологий – происходит достаточно медленно, а работа их не всегда эффективна.

Важным недостатком существующей инновационной системы в РФ является низкий уровень платежеспособного спроса на инновационную продукцию со стороны промышленных предприятий: во-первых, это связано с падением промышленного производства как такого; во-вторых, отсутствием необходимых средств для инициирования инновационных проектов.

Таким образом, проблема современного этапа развития российской инновационной системы состоит в необходимости решения целого комплекса задач – это создание развитой инновационной инфраструктуры; повышение интереса к инновационной продукции со стороны промышленности; привлечение российских и зарубежных ученых к российской науке и производителю; формирование конкурентной инновационной среды; создание центров коммерциализации инноваций; поощрение развития малых форм предприятий в инновационной сфере; более эффективное применение льготных налоговых режимов – с одной стороны и ужесточение авторских прав – с другой; предоставление инвесторам льготных условий пользования землей и другими природными ресурсами; предоставление инвесторам помещений и иного имущества, находящегося в областной собственности, в аренду на льготных условиях; обеспечение информационного сопровождения инвестиционной деятельности; совместное участие

в разработке инвестиционных проектов; участие в финансировании инвестиционных проектов за счет средств областного бюджета в соответствии с действующим законодательством; предоставление на конкурсной основе государственных (областных) гарантий по инвестиционным проектам за счет объектов областного залогового фонда и средств областного бюджета.

Для получения желаемого результата в этом процессе должны активно взаимодействовать все участники инновационного процесса так как в современных условиях невозможно пренебречь ни одним из них без существенных потерь для всего общества. Формы их взаимодействия должны гибко совершенствоваться в соответствии с требованиями рынка, науки и практики.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Карро И.И., Сорокина О., Леонова Е.

Филиал Воронежского ГАСУ, Борисоглебск, e-mail: irina-karro@mail.ru

Инновации сегодня являются главным конкурентным преимуществом организаций, нацеленных на постоянное развитие и устойчивый рост. Это объясняется в том числе ускорением темпов изменений, которые происходят в глобальной экономике. Новые технологии быстро устаревают, а предпочтения потребителей постоянно меняются, и это заставляет руководителей принимать новые решения.

Стратегия инновационной деятельности предприятия ориентирована на научно-технический прогресс (НТП), на использование его результатов для повышения эффективности производства и обеспечения конкурентоспособности продукции и предприятия в целом. Это становится реальностью при условии детальной разработки целей инновационной деятельности на основе стратегических программ предприятия. Главное внимание в инновационном менеджменте уделяется выработке стратегии и инновационной политики, а также конкретных мер по их реализации. Под нововведением принято понимать конкретный объект или мероприятия, внедренные в производство по результатам проведенного научного исследования или открытия, качественно отличный от предшествующего аналога. Нововведениями называют: неизвестные потребителю блага или новая продукция, услуги; неизвестный метод производства продукции или услуг; разработка новых материалов и элементов; получение нового источника сырья и энергии; организационные нововведения (освоение нового рынка, получение новых форм финансирования и др.).

Инновация характеризуется более высоким технологическим уровнем, новыми потребительскими качествами товара или услуги по сравнению с предыдущим продуктом. Инновации можно разделить на два основных вида: технические и организационные.

В современных условиях сложились устойчивые механизмы управления научно-технической деятельностью, отражающие особенности интеграции науки и производства, главными из которых являются: ориентация исследований и разработок на потребности рынка; усиление влияния рыночных факторов и рыночной конъюнктуры на определение целей и стратегий предприятий. Формы организации и управления научными исследованиями имеют большое разнообразие: 1) государственные научно-технические центры и программы; 3) независимые научно-технические организации; 4) внутрифирменные научно-технические центры; 5) научно-технические филиалы и дочерние научно-технические компании промышленных фирм и ТНК; 6) внутрифирменная сеть научных подразделений (подразделения НИОКР); 7) научно-технические (творческие) коллективы по программам и проектам. 8) технопарки; 9) корпорации научных и технических коллективов типа «вуз-завод», «университет-фирма» и другие.

Главной задачей системы управления нововведениями стало внедрение более гибкой и комплексной системы планирования, координации и стимулирования инноваций, направленных на развитие предприятия, а также ускорение разработки и внедрения новой продукции за счет специализации работ в рамках инновационного процесса. Организационно это реализуется путем рассредоточения служб и отделов, занимающихся реализацией технической политики и управлением нововведениями, по различным уровням организационной структуры и внедрения отлаженной системы их взаимодействия и контроля. Такой подход отражает высокий уровень специализации производственных отделений и других структурных подразделений предприятия и предполагает раздельное планирование и финансирование новой продукции и новых видов создаваемых изделий. Этот подход имеет широкое распространение и продолжает эффективно функционировать во многих ведущих компаниях.

В наукоемких отраслях произошел переход к новой интегрированной системе управления инновационным процессом как самостоятельным объектом управления, которая подразумевает:

1) создание на высшем уровне управления предприятием специализированных формирований и подразделений в форме советов, комитетов или рабочих групп по разработке научно-технической политики (инновационной политики) предприятия, корпорации; создание центральных служб новых продуктов;

2) выделение целевых проектных групп по разработке новой продукции; повышение роли подразделений НИОКР в производственных отделениях, научных лабораторий и научных центров, занимающихся инновационной деятельностью;

3) образование венчурных подразделений и фондов стимулирования инновационной деятельности; организацию консультационной помощи в области нововведений;

7) создание специальных отраслевых лабораторий по проблемам освоения новой технологии.

Можно сделать следующие выводы:

1. Инновации являются главным средством обеспечения конкурентоспособности продукции и обеспечения устойчивости успеха предприятия (корпорации) на рынке в целом. В силу этого управление инновационный деятельностью является составной частью и одним из основных направлений стратегического управления предприятием.

2. Новым продуктом называют товар с новыми свойствами, производство и сбыт которого добавляются к существующему ассортименту.

3. Процесс инноваций включает ряд последовательных этапов: систематизация поступающих идей нововведений, формирование идеи нового продукта, анализ экономической эффективности нового продукта, создание нового продукта, тестирование нового товара на рынке, принятие решения о внедрении нового продукта в производство.

4. Реализация инновационного процесса может быть организована по одному из трех известных практически апробированных методов:

– последовательная форма организации работ;

– параллельная форма организации работ;
– интегральная форма организации работ.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Карро И.И., Хаустов Ю.С.

Филиал Воронежского ГАСУ, Борисоглебск, e-mail: irina-karro@mail.ru

Воронежская область – субъект Российской Федерации, область, расположенная в Центральном Федеральном округе. Население около 2,3 млн. человек. Областной центр – город Воронеж с населением 1млн. человек. При этом численность населения региона остается в среднем неизменной, с тенденцией его роста в столице. Валовой региональный продукт на душу населения составляет 140,8 тыс. руб., что соответствует 52 месту среди регионов РФ. Для сравнения ВРП на душу населения Липецкой области равен 217.1 тыс. руб., что соответствует 18 месту. По уровню безработицы регион располагается на 35 месте с 6,4% безработных (в среднем по России 6,3%).

Средняя заработная плата в воронежской области 18,427 рублей. В среднем по России её величина составляет 26 тыс. 256 руб.

Среди регионов России Воронежская область занимает 9-ое место по инвестиционному риску и 23-ое по инвестиционному потенциалу. Инвестиционный риск рассчитывается по 6 рангам риска: социального, экономического, финансового, криминального, экологического и управленческого. При этом наибольший риск, характерный для Воронежской области – это экономический риск.

В 2007 году была разработана стратегия социально-экономического развития Воронежской области. В том же году она получила статус регионального закона. Эта стратегия содержит долгосрочные цели, задачи и приоритеты, выполнение которых должно обеспечить экономический рост в области и качественное улучшение жизни населения. Рассчитана она до 2020 года. Основные направления развития Воронежской области, указанные в стратегии:

– Качественное обновление системы органов государственного и муниципального управления;

– Создание условий для развития человеческого потенциала;

– Повышение конкурентоспособности экономики региона.

Реализация стратегии развития нашего региона предусматривает 3 этапа.

На первом этапе (2006-2007 гг.) запланировано составление планов развития, проведение соответствующих мероприятий, направленных на реализацию стратегии и запуск первых проектов.

Второй этап (2007-2012 гг.) предусматривал запуск крупных инфраструктурных проектов, концентрацию групп взаимосвязанных компаний в сельском хозяйстве и пищевой промышленности, развитие транспортных коммуникаций, создание технопарков, индустриальных парков и прочего.

Третий этап (2012-2020 гг.) предполагает запуск основных мощностей для реализации стратегии проекта во всех сферах экономики, а также совершенствование законодательной базы для дальнейшего инновационного развития и формирование стратегического и тактического плана развития.

Таким образом, в сложившейся ситуации все специфические маркетинговые и координирующие функции, функции стратегического и тактического развития региона ложатся на плечи местного самоуправления и региональную власть, которые пока не могут похвастаться большими успехами в этой сфере. Приоритетом деятельности органов власти должно стать дальнейшее развитие человеческого потенциала. Кадры, как известно, решают все и поэтому чем выше качественный уровень человеческого потенциала, тем большую величину добавленной стоимости он способен произвести.

Важную роль в привлечении иностранных инвестиций должны сыграть первые лица исполнительной власти воронежских городов и лично губернатор. Это необходимо для создания правовых и нормативных условий поддержки инноваций, формирования климата инвестиционной привлекательности региона и минимизации криминогенности в предпринимательской среде.

По данным исследований о коррупциогенности, а конкретно по индексу восприятия коррупции, Россия занимает лишь 133 место из 174 стран мира. К сожалению подобная ситуация характерна и для нашем регионе, что наносит существенный вред для инвестиционной привлекательности области.

Воронежская область обладает существенными запасами полезных ископаемых, на её территории осуществляет свою деятельность Новоронежская АЭС, отличающаяся высокой технологичностью производства, на долю области приходится 21% общероссийского производства синтетического каучука, 8,7% керамической облицовочной плитки, 7,5% автомобильных шин, 7,5% синтетического аммиака, 8,6% электродвигателей малой мощности, 3,8% минеральных удобрений. Но главной движущей силой региона являются люди. Именно за счет формирования и развития человеческого потенциала можно добиться высочайших экономических показателей. Тем более для этого есть все предпосылки, ведь Воронежская область занимает одно из ведущих мест в России по количеству студентов(320 на 10 тысяч населения), которые должны составить перспективную основу процветания нашего региона.

Таким образом, экономическое развитие и инвестиционная привлекательность региона неразрывно связаны и взаимообусловлены – одно обеспечивает условия для реализации другого. Механизмом реализации данного процесса являются люди. Поэтому возникает новое стратегическое направление программного уровня – это формирование потенциала специалистов, ориентированных в инвестиционной направленности деятельности, способных организовать привлечение инвестиций и самое главное – эффективно их освоить.

ОСОБЕННОСТИ МЕБЕЛЬНОГО РЫНКА В РОССИИ КАК РЫНКА ТОВАРОВ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ

Лысенко М.В., Калинина Ю.В.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: iuliia.kalinina.92@mail.ru

В настоящий момент в России развитие рынков товаров длительного пользования (ТДП) переходит на новый уровень, когда усиливается конкуренция и необходимо прилагать большее количество усилий, чтобы удерживать свои рыночные позиции.

Как показывает практика, немногие российские региональные компании, производители и продавцы товаров длительного пользования, постоянно применяют методы маркетингового анализа и проводят ком-

плексные маркетинговые исследования. Тем самым, позволяя легко входить на рынок транснациональным компаниям. Последние оценили большой рыночный потенциал России и используют все многообразие комплексных маркетинговых исследований для анализа рынка и достижения поставленных целей.

В целях выживания в сложившихся рыночных условиях каждой региональной компании, работающей на рынках товаров длительного пользования, необходимо решать множество исследовательских вопросов при переходе от сбытовой к маркетинговой ориентации, в частности, исследование клиентов, формирование портрета потребителя, определение потребительских предпочтений, оптимизация ассортимента, сегментирование рынка, анализ эффективности маркетинговых мероприятий. Но основным вопросом, часто опускаемым в потоке оперативных задач развития компании и удержания ее позиций на рынке, является разработка и внедрение методологии комплексного рыночного исследования, маркетингового анализа и долгосрочного планирования производственной и сбытовой деятельности.

В настоящие время современные тенденции в управлении региональными компаниями, осуществляющими деятельность на рынках товаров длительного пользования во многих субъектах РФ, подтверждают отсутствие востребованной практикой управленческой методологии по исследованию региональных рынков и планированию маркетинговой деятельности этих компаний [1].

Одним из наиболее непрозрачных рынков товаров длительного пользования по-прежнему остается рынок мебели.

Мебель – передвижные или встроенные изделия для оборудования жилых и общественных помещений, садово-парковых и других зон пребывания человека.

Основные характеристики мебели как ТДП:

Сложный цикл производства и **высокое влияние технологий.** Большинство ТДП обладают сложной технологией производства и соответственно достаточно высокой розничной ценой. Расходы на мебель занимают от 7 до 10 % семейного бюджета.

Длительный период вывода на рынок новых моделей. Так как запуск производства и вывод на рынок новых ТДП и срок их использования занимает продолжительное время, особое значение приобретает планирование, прогнозирование стержневых потребностей и спроса на ТДП в средне и долгосрочном периоде.

Высокие требования к **качеству.** Потребитель выбирает ТДП на основании того, как долго с надлежащим уровнем качества данный товар может удовлетворять его потребности. Исходя из этого, большинством производителей мебели решаются вопросы о выявлении приемлемого уровня качества и применения высококачественной фурнитуры и комплектующих рассчитанных на определенное количество лет использования .

Необходимость гарантийного и **послегарантийного обслуживания.** В этом аспекте расходы по эксплуатационно-техническому обслуживанию за весь срок службы мебели не существенны, но могут достигать до 20-25 % ее первоначальной стоимости.

Конкуренция рынков новых и **поддержанных товаров.** Рынок ТДП подразумевает под собой помимо существования рынка новых товаров, наличие и рынка поддержанных ТДП, бывших в употреблении. И конкуренция между ними может быть очень острой в зависимости от вида ТДП. В связи с чем, перед большинством производителей стоит существенная проблема выявления оптимального срока службы производимых ТДП и создания инфраструктуры послепродажного обслуживания.

Продолжительный период выбора и **совершения покупки потребителем.** ТДП относятся к товарам предварительного выбора с, как правило, отсутствием полноценной и доступной информации об ожидаемых характеристиках будущей покупки, которые потребитель сравнивает по степени удобства, качеству, цене и дизайну. Выбор потребителем мебели составляет от 2 до 4 недель (а в некоторых случаях откладывается на несколько месяцев до очередной выставки) и в его таблицу сравнения попадает до 10 моделей, которые сравниваются по 10-15 характеристикам. Основные сравниваемые характеристики: цена, внешний вид, расцветка, удобство использования, качество сборки, качество материалов, удобство ухода, скидки, долговечность.

Моральный износ товаров длительного пользования. Помимо физического износа ТДП, особое значение приобретает моральный износ. ТДП, производимые и продаваемые в настоящее время, влияют на ценность товаров проданных в прошлом.

Под рынком мебели понимается отрасль, представляющая собой совокупность компаний-производителей, компаний-продавцов мебели и конечных покупателей мебели и структуру отношений купли-продажи мебели между ними [2].

Согласно ГОСТу 20400 мебель классифицируют по следующим признакам: эксплуатационным, функциональным, конструктивно-технологическим, по материалам и по характеру производства.

Принято разделять производимый ассортимент в зависимости от стиля и дизайна мебели и уровня доходов потенциальных покупателей и предлагаемых форматов дистрибуции. В ассортиментной матрице предлагается:

Разделить направление дизайна классики и модерна. Сформировать два ценовых диапазона: среднего и средне-верхнего.

Основная специализация: мебель для спальных и жилых комнат. Мягкая и кухонная мебель рассматривается как поддерживающие сегменты этих направлений.

Направления мебели для детских и ванных комнат предлагается формировать за счет поставок с других фабрик.

Размеры, конкретные цвета и внутреннее наполнение в магазинах, и рекомендуемые розничные цены формируются исходя из предпочтений населения в конкретных субъектах РФ после предварительного исследования непосредственно в регионах. Основная причина отказа от использования единой ценовой и мерчендайзинговой политики – в отсутствии гибкости, т.к. присутствует большое расхождение в уровне жизни и потребительским предпочтениям по субъектам РФ.

Анализ деятельности крупнейших производителей (мебельные фабрики «Шатура», «Катюша», «Сходня мебель», «Столплит») показывает, что развитость дистрибуции является одним из ключевых факторов успеха развития на мебельном рынке. Для оптимального присутствия на российском мебельном рынке на уровне лидера необходимо реализовать программу создания торговой инфраструктуры, удовлетворяющую требованию – 1 кв.м. торговой площади ассортимента производителя на 1 тысячу населения. Средний оборот с 1 кв.м. должен первоначально составлять 10 тысяч рублей. Таким образом, можно стать лидером за счет торгового покрытия регионов РФ [3].

Ограничение снизу по обороту позволяет постепенно и планомерно создавать новые торговые площади в новых городах субъектах РФ, добиваться от них необходимых продаж и осуществлять дальнейшее продвижение на мебельном рынке. В зависимости от уровня качества жизни в городе можно предложить коэффициенты требований по увеличению площадей или оборота с них. Коэффициенты рассчитываются исходя из данных об обороте розничной торговли, уровне строительства, инвестиций в основной капитал и средних цен 1 кв.м. жилой недвижимости.

Если фабрика не обладает финансовыми возможностями по развитию собственных торговых площадей и магазинов или в регионе уже представлена продукция с помощью торгового партнера, то ведутся с ним переговоры по увеличению площадей на выгодных для них и фабрики условиях. В частности, если торговый партнер не имеет желания или возможности развивать инфраструктуру – открываются фирменные магазины фабрики или производится поиск новых торговых партнеров.

Развитие торговой сети следует проводить в четко определенных форматах по целевой аудитории, уровню конкуренции и специфике регионов и городов. Каждый формат предполагает наличие своей собственной торговой марки, характеризующей потребительские возможности.

Практика развития торговли производителей в России показывает целесообразность выделения на региональном рынке городов и городского населения как основного потенциального сегмента мебельного рынка. Предпосылки этого – наличие у городского населения более высоких уровней доходов по сравнению с сельским населением, развитость торговой инфраструктуры. Следует выделять три типа городов по критерию численности населения – города с населением более 800 тысяч населения – категория «крупные», города с населением от 450 до 800 тысяч – категория «средние» и от 450 до 200 тысяч – категория «малые». Чтобы охватить всё платежеспособное население, интересующееся мебелью в каждом из них, возможно развитие сразу нескольких форматов, в зависимости от конкуренции и текущих продаж.

Предлагаемые мебельные торговые форматы:

«Мебель-дом» – мебельный торговый дом (самостоятельно или совместно с лояльными торговыми партнерами) площадью около 1500-2000 кв.м. Торговый ассортимент представлен 5-10 наборами разных стилей и дизайна мебели 3-4 среднеценовых диапазонов по каждому виду мебели (спальни, гостиные и т.д.). Представленный ассортимент: 30-40% фабрики производителя, остальное – 20% мебели стран Восточной Европы, 20-30% – российская мебель фабрик-конкурентов и 10-20% – местных региональных производителей. Плотность покрытия: 1 магазин на 400 тысяч населения. Основное отличие от имеющихся больших мебельных центров с нечетким позиционированием и хаотичным ассортиментным предложением: организация оптимального ассортимента и ценообразования, рассчитанных на средний класс, удобное расположение наборов в торговом зале по видам мебели. Первоначальный рекламный бюджет составляет 2% от планируемого товарооборота.

«Мебель-практик» – средний формат фирменного магазина. Площадь – 200-250 кв.м. Торговый ассортимент представлен 4-5 мебельными наборами в виде заполнения 3 типовых среднегабаритных квартир. Отдельно прилагаются демонстрационные блоки имеющегося ассортимента разных типов фасадов и цветовых гамм, в частности, шкафы, кровати, комоды. Данный формат рассматривается как основной. Также подходит под магазин для франчайзинга в случае партнерских торговых отношений. Открытие во всех категориях городов в зависимости от уровня конкуренции и текущей ситуации. Предполагаемая плотность покрытия: 1 магазин на 200 тысяч населения.

«Мебель-клуб». Формат для сегмента с **доходами выше среднего.** Площадь – 350-450 кв.м. Ассортимент по ценовому диапазону преимущественно выше среднего. Размещение– 90-120 кв.м. Открытие в крупных и средних городах. Покрытие: 1 магазин на 400 тысяч населения.

«Мебель-сток» – магазин уцененной мебели. Распродажа залежавшегося ассортимента в других магазинах.

«Промо-мебель» – маленький салон для использования в торговых строительных сетях, в виде выставления 1 набора мебели с конкретным ценовым предложением и ежеквартальной ротацией наборов.

Для реализации этих форматов необходима совместная работа сразу нескольких отделов с прозрачной внутренней информацией, выполнения поставленных целей и задач согласно матрице маркетинговой стратегии, и соответствующее финансирование проекта по созданию и развитию форматов. В частности, рекомендуется расширение отдела маркетинга и продаж, организация должностей, ответственных за свой формат, формирование отдела закупок мебели.

Как правило, в ходе осуществления стратегий возникает большое количество барьеров, связанных как с человеческими, так и с коммерческими ценностями сложившегося бизнеса. Для успешной реализации элементов маркетинговой стратегии необходимо наличие следующих условий:

Согласие со стратегией совета директоров фабрики и ее генерального директора и руководство изменениями в ходе ее реализации. Внедрение стратегии предполагает существенные изменения в организации производственных и коммерческих процессов на фабрике. Участие и инициатива руководства позволяет преодолеть возникающие барьеры в ходе осуществления стратегии.

Осведомленность о стратегии и общность сотрудников фабрики в ее реализации. Комплексность в реализации стратегии осуществляется обучением и повышением осведомленности сотрудников фабрики, и в том числе формированием систем индикаторов выполняемых процессов, чтобы отделы, цеха и отдельные менеджеры выполняли взаимосогласованную деятельность. Соответствие маркетинговой стратегии должно наблюдаться на всех уровнях цепочки создания потребительской ценности.

Формулирование стратегии в виде совокупности операционных задач. Для внедрения стратегии в деятельность фабрики, необходимо разделить основные маркетинговые мероприятия на операционные задачи с помощью вспомогательных инструментов, таких как рабочие последовательные схемы внутренних процессов, системы контрольных показателей и индикаторов . Использование этих средств позволяет рассматривать реализацию маркетинговой стратегии в виде ежедневно выполняемых операционных задач.

Стабильность и последовательность проводимых мероприятий. Следует использовать экспертные опросы сотрудников и контрольные показатели в качестве обратной связи, позволяющие контролировать выполнение оперативных задач.

Таким образом, повышение уровня жизни в России предполагает развитие рынков товаров длитель-

ного пользования. Компании, функционирующие на этих рынках, сталкиваются с высокой конкуренцией, как со стороны региональных производителей, так и зарубежных производителей, которых представляют региональные торговые организации. Один из основных вариантов бороться с конкуренцией – разработать и реализовать маркетинговую стратегию с учетом специфики функционирования товаров длительного пользования. Именно она позволит понять, где в настоящий момент находится компания, и какие у нее пути развития.

Список литературы

1. [Электронный ресурс], режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/21961, дата обращения: 11.02.2.13.

2. График потребления товаров длительного пользования по сравнению с товарами кратковременного пользования [Электронный ресурс], режим доступа: http://yourlib.net/content/view/13378/158/ –

3. Никитина С.Ю. Мебельный рынок России // Дизайн и производство мебели. 2003. №1. С. 2-4.

МЕСТО ХОЛДИНГОВЫХ КОМПАНИЙ В ЛПК РОССИИ

Лысенко М.В., Ковешникова Н.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: nataliia.kovieshnikova@mail.ru

Россия – страна, которая имеет мощный лесоперерабатывающий комплекс, включающий заготовку, механическую обработку и химическую переработку древесины. В России сосредоточена пятая часть мировых запасов древесины. Площадь лесного фонда РФ составляет 1181 млн. га.

Термин «холдинг» является производным от английского – «держать», т. е. в нашем русском понимании это «держательная» компания, которая владеет контрольными пакетами акций других компаний (держит эти пакеты). Поскольку «держательная» звучит не очень красиво, мы вынуждены применять в своем лексиконе заимствованное слово «холдинг».

В России же на сегодняшний день под холдингом понимается совокупность юридических лиц, связанных между собой отношениями, при которых головная компания управляет деятельностью других компаний, – именно такая трактовка термина дается в законе «Об акционерных обществах». Ниже мы будем придерживаться российской трактовки, понимая под холдингом совокупность предприятий.

С понятием холдинга ознакомились, давайте теперь поговорим об особенности управления дочерними предприятиями головной компанией.

Во-первых, эта операция осуществима через обладание контрольным пакетом акций. При этом контрольный пакет не обязательно должен составлять 51% акций дочернего предприятия. Под контрольным пакетом подразумевается любое число акций, обеспечивающее принятию нужное решение на собрании акционеров. Так же можно сделать вывод, что чем больше в компании акционеров, каждый из которых обладает небольшим количеством голосов, тем меньший пакет требуется для установления контроля над предприятием; в ряде случаев достаточно 20-25% акций. Во-вторых, головная компания может контролировать деятельность другого предприятия, если между ними заключен договор, по которому головная компания имеет право давать указания, являющиеся обязательными для исполнения дочерним предприятием. В-третьих, головная компания реализует свои функции контроля, если в уставе дочернего предприятия предусмотрено, что головная компания вправе давать ему указания относительно производственно-хозяйственной, финансовой и инвестиционной деятельности [1].

Основными задачами, которые решаются в процессе создания холдингов, являются: 1) создание технологически взаимосвязанных производственных и сбытовых цепочек; 2) диверсификация бизнеса, когда в холдинг входят разнородные предприятия, производящие различные виды продукции или услуг. Диверсификация способствует наращиванию мощи и повышению устойчивости; 3) оптимизация структуры управления, в процессе которой руководство головной компании может сосредоточиться на разработке и решении стратегических задач, которые обеспечат перспективное развитие всей группы компаний; 4) создание собственной сервисной сети; 5) обособление лицензируемых видов деятельности – аудиторской, страховой, инвестиционной и др.; 6) снижение рисков и повышение устойчивости бизнеса. Чтобы снизить риски, под реализацию инновационных проектов действующая компания создает дочерние предприятия, которые несут ограниченную ответственность в пределах своего имущества. Таким образом, устойчивость головной компании повышается, а риски переносятся на дочернее предприятие [1].

В лесопромышленном комплексе распределение трансакционных издержек идет по вертикально-интегрированной системе. Это связано с появлением более дешевого способа управления изнутри, в сравнении с закупками ресурсов на рынке. При этом необходимость принятия решения о формировании вертикально интегрированной структуры многие исследователи объясняют стремлением предприятия снизить трансакционные издержки или издержки «рыночных трансакций».

Кроме этого, в лесопромышленном комплексе вертикально интегрированные структуры смогут обеспечить и дополнительные преимущества : возможность построения полностью замкнутой структуры производства с автономными источниками сырья и целевыми рынками сбыта; оптимизация замкнутой структуры на всех этапах производства; – оптимизация использования сырьевой базы и продукции переработки на каждом этапе производства; оптимизация структуры продукции; оптимизация использования оборудования и сбалансированность дорожного строительства; возможность осуществления нескольких этапов построения замкнутой структуры одновременно, без лишних потерь времени и многое другое. Вертикальная интеграция обладает большей адаптивностью для совместного функционирования, ведет к уменьшению издержек, сглаживает конфликты, возникающие на разных стадиях цикла, с помощью механизмов внутреннего управления, т. е. приводит к гармонизации отношений и интересов в процессе принятия решений, что для такого вида холдинга играет важную роль [2].

ХАРАКТЕРИСТИКА И ПРЕИМУЩЕСТВА ХОЛДИНГОВОЙ КОМПАНИИ НА МЕБЕЛЬНОМ РЫНКЕ

Лысенко М.В., Носова О.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: oksana.nosova.92@mail.ru

ОАО ХК «Мебель Черноземья» – одно из крупнейших предприятий мебельной отрасли России.

ОАО ХК «Мебель Черноземья» выпускает яркую, модную мебель из экологически чистых материалов, находящую своего благодарного и массового потре-

бителя. Она занимает лидирующее положение на региональном мебельном рынке.

Воронежская компания «Мебель Черноземья» имеет 20 торговых филиалов в России. Фирма была образована в Воронеже, в 1997 году на базе Воронежского комбината мебельных деталей. История компании начиналась в сложные 90-е, когда рушились десятилетиями выстроенные производственные связи предприятий, закрывались заводы, на краю гибели оказывались целые отрасли народного хозяйства. На практике постигая новые экономические законы, компания одной из первых в отрасли наладила серьезную маркетинговую работу, что позволило гибко реагировать на запросы рынка.

На предприятии работают более 2500 человек. Персонал постоянно повышает профессиональные навыки: этому способствуют регулярные тренинги в сфере эффективных продаж и плановые мероприятия в производственных подразделениях, направленные на улучшение качества продукции.

Компания «Мебель Черноземья» сегодня – это оснащенное современным техническим оборудованием производство. Холдинг входит в пятерку самых крупных мебельных предприятий России. Секрет стабильности компании в верности выбранным приоритетам, в основу которых заложены вечные ценности – красота и надежность. ОАО «Мебель Черноземья» выпускает яркую, модную мебель из экологически чистых материалов, находящую своего благодарного и массового потребителя.

Конкурентные преимущества ОАО Холдинговой компании «Мебель Черноземья»:15-летняя репутация успешной компании, работающей на рынке мебели свыше 70 лет; уникальный производственный комплекс площадью 10 гектар; процессы производства и управления компании сертифицированы Европейским агентством RW-TUV на соответствие ISO 900:2000 и ISO 1400:2004; три десятка собственных успешных мебельных центров, где фирма продает свою мебель: г. Воронеж – Центральный Дом Мебели (14500 м^2), г. Ростов-на-Дону – ТК «Интерио» (8000 м^2), г. Санкт-Петербург – ТК «Интерио» (24000 м^2) и др.; более 250 фирменных торговых точек, в которых фирма осуществляет единую рекламную и маркетинговую политику.

Для повышения качества товаров особое значение в настоящее время имеет повышение квалификации работников оптовой и розничной торговли, уровня их профессиональных знаний в области ассортимента. Поэтому в 2003 году ОАО ХК «Мебель Черноземья» внедрило систему менеджмента качества всего производственного процесса в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 9001:2000 и получило сертификат TUV SERT всемирно известной европейской компании RW TUV (Ессен, Германия). В январе 2007 года система качества ОАО ХК «Мебель Черноземья» успешно прошла сертификацию на соответствие международному стандарту ISO 14001 система экологического менеджмента предприятия [1].

Российские ценители хорошей мебели знакомы с такими сериями продукции холдинга, как наборы для спальни «Орхидея», «Валенсия», «Венеция», «Napoli», «Novella», «Naturel. Ежегодно внедряет новинки мировой мебельной моды в серийное производство, например, в 2010 году полностью обновлена серия «Палермо», «Элеганца», «Мурано», «Луиза»; выпущены новые серии мебели «Радуга», «Афина», «Мартель», «Элеги.

Факторы успеха сотрудничества с ОАО Холдинговой компанией «Мебель Черноземья»: доступность более 1 500 наименований мебели из 16 основных серий всех ассортиментных групп; эксклюзивная программа индивидуального изготовления кухонной; комфортная отгрузка Вашего транспорта; возможность доставки Вашего заказа ж/д и нашим автомобильным транспортом; любая удобная для Вас форма оплаты; оптимальная накопительная система скидок; уникальные условия для VIP-партнеров – крупных торговых сетей.

Объем производства «Мебель Черноземья» составил 4,5% всей выпускаемой в России мебели, годовой объем продаж в 2009-2010 гг. свыше 150 миллионов долларов.

ОАО Холдинговой компанией «Мебель Черноземья» имеет 92 престижных наград, завоеванные изделиями фирмы за 11 лет на международных выставках, в числе которых – Национальная премия «Российская кабриоль» 2005-2010 гг.; «100 лучших товаров России» 2001-2009 гг. Фирма – обладатель приза «Лидер качества»; «Баланс цены и качества»; «Российское качество»; «Лучшие в России» (РФЗПП).

С 19 по 23 ноября 2012 года в Москве, в ЦВК «Экспоцентр» состоялась 24 международная выставка «Мебель, фурнитура и обивочные материалы».

Победителями 7 конкурса стала корпусная мебель для жилых помещений «Лучиана» и »Стиллс», этим коллекциям вручена Золотая медаль. Лауреатами Гран-При в номинации «Лучшая дизайнерская разработка» стали серии для гостиных и спален «Империо» и »Наоми», а также набор для кухни «Афродита» [1].

Список литературы

1. Официальный сайт ОАО ХК «Мебель Черноземья» [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.mche.ru/

2. Будылин С. Идеальный холдинг: эскизный проект [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_31/article_3131.

3. Воробьева О.В. Воздействие реструктуризации вертикально-интегрированных компаний на региональное экономическое пространство. Автореферат на соискание уч. степени д.э.н. [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://old.tisbi.org/about/struct/dissovet/DS2012/ARSparow.pdf.

ПОНЯТИЕ КАРЬЕРЫ И КАРЬЕРНОГО РОСТА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Лялина Е.Е.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: lialina.iekatierina@mail.ru

Карьера – это успех, продвижение по карьерной лестнице. Другими словами, это результат определенного поведения и позиции человека в трудовой деятельности, связанный с его профессиональным ростом. Каждый человек строит карьеру сам, и это зависит от его желаний, целей и установок [1].

Для эффективного роста работнику необходимо овладевать новыми компетенциями, которые не были задействованы прежде.

Карьерный рост – это расширение полномочий и ответственности сотрудника, движение вверх, переход с одного уровня управления на другой [1].

Управление карьерным ростом – это отнюдь не ожидание милостей от начальства, это четкое осознание желаемой цели и планирование действий для ее достижения. Людям амбициозным, уверенным в себе и своих организаторских и управленческих способностях интересны компании, вакансии которых предусматривают возможность карьерного роста, в то время как творческие личности больше обращают внимание на компании, делающие акцент на совершенствовании профессионализма и высокого уровня мастерства [1].

Исходя из этого, можно сделать вывод, что карьера – это итог сотрудничества специалиста, обладающего опре-

деленным потенциалом и целями, и работодателя, готового обеспечить возможности реализации этих целей.

Основные направления успешного управления карьерой сотрудника предприятия:

• достижение более высокого должностного статуса на предприятии, возможность получения более высокой оплаты труда;

• получение более содержательной и адекватной профессиональным интересам и склонностям работы;

• развитие профессиональных способностей;

• личностный рост, удовлетворение от самореализации [2].

Развитие карьеры работника – длительный процесс, который может включать ряд направлений. К таким направлениям относится: 1) повышение квалификации (переподготовка, стажировка) в системе непрерывного обучения; 2) зачисление в резерв кадров для выдвижения на руководящие должности; 3) назначение на более высокую должность (по результатам подготовки в резерве, решению конкурсной, аттестационной комиссии, решению руководства, самовыдвижение); 4) Участие работника в процессе планирования карьеры является добровольным [2].

Основанием для составления плана развития карьеры служат следующие показатели, характеризующие производственную деятельность и поведение работника:

• мотивация на карьеру;

• качественный и эффективный труд в течение определенного времени;

• заключение аттестационной (конкурсной или другой) комиссии;

• профессиональная компетентность и эрудиция (подготовка);

• психологическая пригодность к требуемой производственной деятельности.

Карьера планируется, как правило, не менее чем на 5 и не более чем на 10 лет. План развития карьеры составляется самим работником при содействии руководителя подразделения и учебно-производственного центра [2].

Работник должен знать не только свои перспективы на краткосрочный и долгосрочный период, но и то, каких показателей он должен добиться, чтобы рассчитывать на продвижение по службе.

Планирование продвижения по службе (карьера) – определение конкретного пути развития сотрудника в его деятельности на фирме, осуществляемое заранее. Это согласованная со штатным расписанием последовательность должностей, которые сотрудник занимал ранее и которые ему предстоит занять.

Развитием карьеры называют действия, предпринимаемые сотрудником для реализации своего плана.

Карьерный рост – это одно из ярких проявлений профессионального развития личности. С ней, так или иначе, сталкивается каждый. И хотя карьерный рост чаще всего соотносят с работой в конкретной организации, он присутствует в любой деятельности. Это развитие и достижение новых уровней в каждом виде труда. Человек стремится к развитию.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

Ляпунова А.Н., Благой А.Н., Гамидова С.Х.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: sabina.gamidova.92@mail.ru

Лесная промышленность Российской Федерации включает в себя несколько связанных между собой отраслей – лесозаготовительную, деревообрабатывающую, целлюлозно-бумажную и лесохимическую.

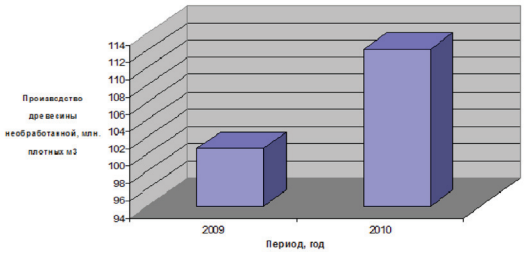
На долю России приходится более 24% запасов древесины всей планеты, в том числе более половины мировых запасов наиболее ценных хвойных пород. Без ущерба для природы и экономики в стране можно производить и перерабатывать до 600 млн. куб. м древесины в год. Однако большая часть имеющихся запасов используется неэффективно.

Общая площадь земель лесного фонда Российской Федерации по данным Рослесхоза на 01 января 2011 г. составляет 1 183,3 млн. га. Доля лесных земель составляет свыше 75% от общей площади земель лесного фонда. Общий запас древесины на территории лесного фонда Российской Федерации составляет 83,4 млрд. куб. м, использование расчетной лесосеки в 2010 году – 27,7% от допустимого объема изъятия древесины [1].

Однако, несмотря на то, что Россия является крупнейшей лесной державой мира, лесопромышленный комплекс (ЛПК) страны не относится к числу ведущих отраслей российской промышленности [2].

Доля продукции российского лесопромышленного комплекса не превышает 3% от мирового объема, что обусловлено следующими факторами: 1) экстенсивными методами, основанными на использовании ранее не эксплуатировавшихся лесов; 2) низким уровнем освоения расчетной лесосеки; 3) устаревшими технологиями лесопереработки; 4) разрывом между предприятиями по переработке лесных ресурсов и сырьевой базой; 5) отсутствием резерва мощностей; 6) отсутствием высокотехнологичного оборудования; 7) высоким уровнем износа основных фондов; 8) низкой степенью переработки сырья; 9) высокой энергоемкостью производства.

Негативной тенденцией развития отечественного ЛПК является закрепление роли России как поставщика дешевого сырья. На зарубежных рынках Россия является крупнейшим экспортером необработанной древесины. В 2010 г. производство необработанной древесины составило 112,2 млн. плотных м^3 (рисунок).



Производство древесины необработанной в РФ, млн. плотных м^3 [1]

В структуре российского экспорта лесной продукции необработанная древесина занимает около трети, преобладающими являются необработанный круглый лес и пиломатериалы начальных переделов. В более развитых странах, в том числе и в Китае, в лесном экспорте превалирует продукция высокой степени переработки – качественные пиломатериалы, целлюлоза, бумага, мебель и др.

Основным импортером российской необработанной древесины в последние годы остается Китай – свыше 70% всего российского экспорта продукции ЛПК. Основу российского экспорта необработанной древесины в Китай составила древесина хвойных пород – до 85%. Доля Европейских стран в экспорте российской необработанной древесины более 21% [2].

Еще одна проблема отечественного ЛПК заключается в том, что значительная часть запасов распо-

ложена на удаленных, труднодоступных территориях, с неразвитой или отсутствующей инфраструктурой. Недостаточное развитие инфраструктуры лесного комплекса приводит к тому, что по объемам заготавливаемой древесины Россия уступает США, Канаде и Бразилии.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что если лес станет перерабатываться на территории России, и будет создаваться продукция с более высокой добавленной стоимостью, то при относительно небольших капитальных вложениях и в короткие сроки можно удвоить «лесной» валовой продукт.

Список литературы

1. Лесной форум Гринпис России [Электронный ресурс], 2011. – Режим доступа : www.forestforum.ru, свободный. – Загл. с экрана.

2. Лес он-лайн. Лесная промышленность России. Тенденции 2011 год – [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.lesonline.ru/analitic/?cat_id=12&id=175624. – Загл с экрана.

ВНУТРИПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА МЕБЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Ляпунова А.Н., Гончар А.С., Гамидова С.Х.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: alieksandr_gonchar@mail.ru

Процесс внутрифирменного планирования представляет собой комплекс необходимых расчетов производственно-экономического характера, направленных на установление и реализацию долгосрочных и текущих целей производственно-хозяйственной и сбытовой деятельности предприятия в определенные плановые периоды времени.

Практическое значение системы внутрифирменного планирования состоит в том, что с ее помощью обеспечивается тесная связь всех направлений деятельности предприятия, начиная с маркетинга и заканчивая сбытом готовой продукции [1].

Основополагающей задачей внутрипроизводственного планирования на мебельном предприятии является обеспечение выполнения плановых заданий по производству мебельной продукции, росту производительности труда и снижению себестоимости единицы мебельной продукции, модуля в установленные сроки и с соответствующим качеством на основе ритмичной работы всех производственных звеньев, поточности и непрерывности мебельного производства, наиболее рационального использования основных производственных фондов, трудовых, материально-технических ресурсов.

В мебельной промышленности рассчитываются, как правило, следующие основные показатели и нормативы в рамках внутрипроизводственного планирования [1]:

1) подробная подетальная номенклатура и количество выпуска продукции в течение года, квартала, месяца, декады;

2) количество изготовленной продукции по соответствующим оценочным показателям (категория, сортность, отклонение);

3) численность персонала и выработка, измеренная натуральными и стоимостными показателями выпуска продукции на одного человека;

4) фонд заработной платы;

5) нормы расхода материалов (включая вспомогательные), инструмента, топлива, энергии;

6) нормы потерь от брака продукции, поломок, внеплановых простоев оборудования.

В рамках успешной реализации внутрипроизводственного планирования инновационные мебельные предприятия прибегают к внедрению интегрированных систем управления. Преимущество внедрения последних заключается в автоматизации всех стадий выполнения заказов клиентов, что позволяет выполнить вышеуказанную задачу внутрипроизводственного планирования.

Рассмотрим более подробно автоматизированные стадии выполнения и контроля состояния заказа клиента мебельного предприятия в рамках интегрированной системы:

1. Прием заявки от клиента и ее согласование

2. Оформление согласованного заказа в системе.

3. Выпуск заказа в производство. При этом из системы распечатывается задание на производство и комплект необходимой документации для мастеров.

4. Производство продукции и выпуск ее на склад. Контролируется поэтапное выполнение производственных заказов, а также фиксируется информация о фактически понесенных затратах на каждый заказ.

5. Формирование комплектовочных ведомостей и комплектация заказов на складе, отгрузка продукции клиенту вместе с пакетом сопроводительных документов.

Результатами внедрения интегрированной системы управления являются, как правило: разработка четкого сценария ежедневных действий сотрудников, корректировка документооборота организации, пересмотр процедуры взаимодействия между отделами, отработка более оптимальные (по сравнению с существовавшими до внедрения системы) процедуры работы предприятия.

Внедрение интегрированной информационной системы на предприятии позволяет:

1. обеспечить эффективный учет и контроль за работой, включая материальные, информационные и финансовые потоки, т.е. «прозрачность» происходящего на предприятии для руководства,

2. повысить дисциплину и согласованность выполнения подразделениями бизнес-правил, благодаря полной поддержке их логики в системе,

3. минимизировать объем ручного неэффективного труда персонала и объем работ, не связанных с основной деятельностью.

В процессе внедрения интегрированных систем управления наступает порядок как в существующих бизнес-процессах, так и появляется возможность обращать внимание на потенциальные области улучшения работы предприятия. Особенно важным здесь является более точное, чем ранее, планирование закупок материалов с помощью этой системы, осуществляемой в рамках внутрипроизводственного планирования.

Преимуществом использования интегрированных систем в рамках внутрипроизводственного планирования является то, что вся информация находится в единой системе, а не в нескольких разрозненных, что исключает возможность ее «потери», дублирования и т.п. Предприятие встает на качественно более высокий уровень внутрипроизводственного планирования, управления и контроля производственной деятельности, что позволяет ему смотреть в будущее и развивать свои производственные мощности, ставя более четкие производственные задачи.

Список литературы

1. Тимофеева Е.Е. Планирование на предприятии: Методические материалы для студентов направлений бакалавриата 521500 «Менеджмент» и 521600 «Экономика» [Текст] / Иван. гос. архит.-строит. акад.; Сост.: Е.Е. Тимофеева. – Иваново, 2010. – 39 с.

ПРОБЛЕМЫ СУЩЕСТВОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛПК РОССИИ

Ляпунова А.Н., Коренюгина В.В.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: vieronika.korieniughina@mail.ru

Вхождение России во всемирную торговую организацию (ВТО) ставит задачи укрепления и развития малого и среднего бизнеса. Малые и средние предприятия (МСП) в странах ВТО в среднем составляют более 95% фирм, обеспечивают 60–70% занятости и постоянно создают новые рабочие места. МСП имеют как сильные, так и слабые стороны, что требует принятия специальных государственных мер их поддержки. Под воздействием процессов глобализации и внедрения новых технологий все меньшую роль в производстве товаров, работ и услуг играет экономия от масштаба. Одновременно все более возрастает значение малого бизнеса и усиливается его вклад в макроэкономическое развитие. Однако следует принимать во внимание, что многие из традиционных проблем МСП, такие как недостаток финансирования, трудности в эксплуатации высокотехнологичного оборудования, недостаток управленческих навыков, низкая производительность труда, административные барьеры, существенно обостряются в условиях глобальной интеграции в мировую систему торговли. Малые предприятия нуждаются в модернизации навыков управления и поиска информации, а также в обновлении технологической базы [1].

В настоящее время малый бизнес ЛПК нельзя назвать эффективно развивающимся. Уровень инвестиций в него остается низким, их основным источником являются собственные средства организаций. Развитие большинства малых предприятий невозможно вследствие нехватки собственных средств, а также проблем с получением заемных средств. Недостаток оборотных средств отрицательно отражается на технологической оснащенности предприятий. Также высока налоговая нагрузка, в особенности для предприятий, использующих общепринятую систему налогообложения.

Предприятиям малого и среднего бизнеса ЛПК нельзя существовать без сырьевой базы. Однако при распределении лесных участков в аренду приоритет остается у крупных холдингов.

Также малому и среднему бизнесу в ЛПК приходится сталкиваться и с жесткой конкуренцией на рынке сбыта продукции: в условиях сезонности поступления заказов, монополизма в ценообразовании и закупок со стороны крупных потребителей сырья .

В результате вышеназванных проблем наблюдается сокращение численности малых предприятий в ЛПК. Противостоять складывающимся не в пользу малого и среднего предпринимательства обстоятельствам малому бизнесу своими силами трудно.

Однако Конфедерация ассоциаций и союзов лесной, целлюлозно-бумажной, деревообрабатывающей и мебельной промышленности считает малые предприятия основной реально возможной формой организации производства для увеличения числа хозяйствующих субъектов и соответственно объемов производства. Складывающуюся ситуацию можно изменить путем пересмотра отношения госорганов к малым предприятиям, взятия курса на комплексные меры государственной поддержки малого бизнеса.

Развитие малых предприятий лесного сектора должно идти путем переориентации предприятий ЛПК с преимущественно сырьевой направленности на производство продукции высокой добавленной стоимости. Для данного перехода следовало бы предусмотреть льготы предпринимателям лесного комплекса на покупку российской и зарубежной техники и оборудования для глубокой переработки древесины. Данная мера позволила бы снизить стоимость затрат, которые несет предприниматель. Стимулировать развитие глубокой переработки древесного сырья призваны меры таможенного регулирования экспорта лесопродукции за счет увеличения вывозных таможенных ставок на необработанные лесоматериалы и снижения ставок на пиломатериалы, продукцию глубокой переработки древесины [2].

Среди предпринимателей лесного сектора хорошо зарекомендовали себя такие меры поддержки, как субсидирование процентной ставки по кредитам и лизинговым платежам и возмещение части затрат, связанных с продвижением продукции на российский и международный рынки (сертификация, выставочно-ярмарочные мероприятия), а также субсидии на разработку бизнес-планов[2].

Все вышеперечисленные меры позволили бы увеличить число субъектов малого предпринимательства, занятого лесозаготовками и лесопереработкой, увеличить объемы производства лесопиления и деревообработки, снизить возможные финансовые риски. Вместе с тем это расширило бы налогооблагаемую базу, увеличило занятость населения, сформировало прочный фундамент для качественного роста регионов и всего ЛПК. Безусловно, для сбалансированного развития отрасли необходимо развитие крупных предприятий типа ЦБК. Но ведь есть еще производство фанеры, плит, шпал, древесного угля, лесохимическое производство, деревообработка, лесопиление... Здесь нам без малого бизнеса никак не обойтись [2].

Список литературы

1. Драбенко В.А. Проблемы и перспективы развития средних и малых предприятий при присоединении России к ВТО. Проблемы современной экономики, N 3 (27), 2008 [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2092

2. Сайковский В. Барьеры для малого бизнеса в лесопромышленном комплексе России. ЛесПромИнформ, № 5(54), 2008. [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.lesprominform.ru/jarchive/articles/itemshow/262

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ляпунова А.Н., Мыздрикова А.Ю., Расторгуева О.В.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: rastorghuieva.oksana@mail.ru

Производственное планирование – это умение предвидеть цели и результаты действий субъекта экономики (предприятия) и определять ресурсы, необходимые для достижения определенных целей. [2]

Основной целью любого производственного планирования является составление индивидуального бизнес-плана. Это основной документ, регулирующий работу предприятия на весь период его деятельности. Таким образом, бизнес-план должен составлять основу стратегического планирования. Как правило, он рассчитан на срок от 3 до 5 лет, что помогает управленческому аппарату беспрепятственно осуществлять контроль и руководство всеми структурами предприятия. [1]

В системе производственного планирования выделяют: основное производственное планирование – MPS; межцеховое планирование производства – MRPII, APS и внутрицеховое планирование – Scheduling. Рассмотрим данные виды более детально.

Основное производственное планирование (Master Production Scheduling – «MPS»). Разработка номенклатурного плана выпуска готовой продукции по производственным площадкам, планирование поставок материалов и комплектующих [3].

Основной план производства (MPS) или планирование ресурсов в дистрибуции (DRP) определяет, какие товары или услуги есть в наличии, и какие товары необходимы для удовлетворения потребительского спроса. MPS связывает информацию о запасах или распределении с информацией о готовых изделиях [4].

Межцеховое планирование производства (Manufacturing Requirements Planning – MRPII, APS). Расчет номенклатурного плана производства по цехам и/или участкам. Отслеживание графика поставок материалов и комплектующих, внешней кооперации. Горизонт межцехового планирования, как правило, составляет от нескольких недель до нескольких месяцев в зависимости от отрасли и специфики конкретного предприятия [3].

APS – концепция производственного планирования, главной особенностью которой является возможность построения расписания работы оборудования в рамках всего предприятия. Частные расписания производственных подразделений являются взаимосвязанными. Требования SCM в данном случае могут соблюдаться как в пределах предприятия, так и в отношении внешних к предприятию поставок. [5]

Внутрицеховое планирование (Диспетчеризация – «Scheduling»). Распределение производственных заданий по ресурсам (оборудованию и рабочим) с оптимизацией по гибким критериям (например, минимизация времени переналадки). [3]

Внутрицеховое планирование обеспечивает разработку заданий для отдельных участков, бригад и рабочих мест цеха. Внутрицеховое планирование – это процедура разработки оперативных планов и текущих графиков работы производственных участков, поточных линий и отдельных рабочих мест. [6]

Для повышения эффективности системы производственного планирования необходимо проводить её анализ, включающий:

1. выявление слабых мест существующей системы планирования,

2. приоритезация выявленных недостатков существующей системы планирования по их влиянию на эффективность работы бизнеса,

3. разработка плана мероприятий по изменению существующих процессов, организационной структуры и инструментария планирования. При разработке плана мероприятий проводится анализ мероприятий,

4. определение требований к точности и оперативности исходных данных для планирования,

5. реализация разработанного плана мероприятий по улучшению существующей системы планирования совместно с рабочей группой Заказчика, который может включать:

Изменение существующих бизнес-процессов планирования;

Разработка требований к полноте, точности и оперативности данных в существующих учетных системах заказчика. Разработка плана мероприятий по улучшению учетных функций в существующих системах до требуемого уровня, либо по замене существующих учетных систем;

Обеспечение административной поддержки новых бизнес-процессов;

Поддержка измененных бизнес-процессов планирования за счет использования существующих либо внедрения новых информационных технологий, поддерживающих стандарты MRP, MRPII, APS, SCP;

Построение «Кривых сервиса», то есть зависимости между желаемым уровнем обслуживания клиентов и требуемым уровнем запасов. Расчет норм страховых запасов и точки перезаказа. Расчет объемов оптимальных партий для производства и закупок. Сопоставление рассчитанных норм с фактическими данными. [3]

Результатами проекта по совершенствованию системы планирования является:

• повышение уровня обслуживания клиентов;

• сокращение длительности производственного цикла за счет синхронизации межцеховых/участковых планов;

• сокращение уровня запасов материалов и незавершенного производства за счет автоматического расчета потребностей в закупаемых и производимых изделиях и оперативного перепланирования в случае отмены/изменения заказов, возникновения брака, выхода из строя оборудования;

• обеспечение равномерной загрузки цехов и производственных участков, что позволяет избегать простоев оборудование и рабочей силы и оплаты сверхурочной работы;

• снижение производственной себестоимости продукции за счет сокращения длительности производственного цикла;

• снижение стоимости закупаемых материалов за счет своевременного и точного планирования графика поставок;

• повышение полноты, точности и оперативности данных в учетных системах благодаря выявлению ошибок при анализе результатов планирования;

• сокращение длительности цикла планирования, то есть времени, которое затрачивается подразделениями на разработку и согласование планов. [3]

Список литературы

1. Производственное планирование: принципы, методы. Виды планирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.find-business.ru/econom/148-proizvodstvennoe-planirovanie-principy-metody..html. – Загл. с экрана.

2. Производственное планирование: принципы, методы. Виды планов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.investitcii.ru/emp/proiz vodstvennoe-planirovanie-printsipy-metody-vidy-planov.html. – Загл. с экрана.

3. Совершенствование системы производственного планирования планирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://frontstep.ru/services/consulting/Planning/. – Загл. с экрана.

4. Основное производственное планирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jdedwards.ru/index.php/functionality/manufacturing /104-requirements-planning. – Загл. с экрана.

5. APS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Advanced_Planning_%26_Scheduling. – Загл. с экрана.

6. Внутрицеховое планирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ngpedia.ru/id259146p1.html. – Загл. с экрана.

1. Подопригора М.Г. Организационное поведение Учебно-методическое пособие по курсу для студентов старших курсов и магистрантов [Текст] // М.Г. Подопригора. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2008. – 261 с.

2. Официальный сайт «Деловая репутация и персональный брендинг». Электронный ресурс. Режим доступа: http://persona-drive.ru/tag/руководитель/.

РОЛЬ ПЛАНИРОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

Ляпунова А.Н., Николаев В.В.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: vitalii.nikolaiev@mail.ru

В условиях административного метода хозяйствования и плановой экономики стратегическое планирование развития лесопромышленного комплекса в Советском союзе было хорошо организовано и базировалось на прогрессивных отечественных и зарубежных научных разработках.

Отечественные планы развития существующих и создания новых лесопромышленных комплексов по всей территории страны разрабатывались ведущими научно-исследовательскими институтами. Реализация этих научно-обоснованных планов, разработанных на основе многовариантных оптимизационных расчетов на базе широкого массива информации и экономико-математических моделей, позволило ввести в действие целый ряд крупных лесоперерабатывающих мощностей, что подтверждало эффективность и обоснованность существующей методологии стратегического планирования в СССР и используемого отечественного научного инструментария.

В результате рыночных реформ 90-х гг. научно обоснованная методология стратегического планирования, базирующаяся на разработках ведущих российских и зарубежных ученых, была полностью отвергнута и забыта.

Полный отказ от системы централизованного управления и стратегического планирования в российском леспроме, непродуманная приватизация отдельных лесопромышленных производств, входящих в состав технологически сбалансированных комплексов, − все это привело к разрушению отлаженных кооперированных связей между предприятиями и последующему их банкротству [2].

С переходом к рынку предприятия столкнулись с необходимостью самостоятельно планировать свою деятельность, координировать работу в соответствии с требованиями рынка. Однако многие из них до сих пор не осознали необходимости осуществления данной работы.

Структура лесопромышленного производства в настоящее время в России характеризуется низким уровнем глубокой переработки древесины, комплексного безотходного использования всей биомассы ствола. Кроме того, российский лесной сектор слабо интегрирован, медленно идет процесс создания крупных вертикально интегрированных корпораций, способных конкурировать с зарубежными лесопромышленными транснациональными компаниями. В связи с этим деятельность лесного сектора малоэффективна, финансовое состояние лесопромышленных предприятий в целом остается неблагополучным.

Наиболее крупные компании ЛПК в России осуществляют комплексное планирование своей деятельности, проводя исследования рынка, разработку стратегии поведения на нем, оперативное планирование и реализацию стратегических планов. Напомним, что основой системы планирования на предприятии является стратегическое планирование, поскольку индивидуальная стратегия поведения предприятия является залогом дальнейшей эффективности его деятельности в будущем. В связи с этим крупные предприятия ЛПК разрабатывают свои стратегические планы и ставят долгосрочные цели: одна компания решает выходить на европейские рынки пиломатериалов, другая намеревается выпускать новые виды качественной лесопродукции или стремится максимально снизить себестоимость. Крупные предприятия в России в настоящее время находятся в меньшинстве, к ним в последние годы также применялись процедуры банкротства и передачи контрольных пакетов акций из одних рук в другие. И это закономерно до тех пор, пока на предприятии не появится своя система эффективного планирования, организации и анализа деятельности их деятельности, успешно функционирующая в условиях рыночной экономики.

На мелких лесопромышленных предприятиях в России система планирования отсутствует в большинстве своем. Эти хозяйствующие субъекты осуществляют работу по факту совершения события, не строят стратегию своего поведения на рынке. Однако именно мелкие предприятия ЛПК работают в условиях более жесткой конкуренции, нежели крупные. В связи с вышесказанным такие фирмы, работая по принципам, заложенным в доперестроечный период, и отказавшись даже от оперативного планирования, не говоря уже о долгосрочном и среднесрочном планировании, наиболее часто подвергаются процедуре банкротства [1].

Таким образом, только масштабный анализ внутренних резервов и комплексное планирование деятельности могут помочь выжить лесопромышленным предприятиям в сложившейся ситуации. Следует отметить также, что большинство лесопромышленных стран с хорошо развитой рыночной экономикой широко используют государственное научно обоснованное стратегическое планирование в целях долгосрочного развития национального лесного сектора.

Как показывает зарубежный опыт, эффективность функционирования лесного сектора сможет обеспечить только консолидированное управление и планирование. При этом следует признать, что в российском лесном секторе необходимо восстанавливать систему научно обоснованного стратегического планирования, для чего потребуются масштабные организационные меры и существенное финансирование.

Система стратегического планирования не сможет нормально функционировать без институциональных преобразований в лесном секторе, гармонизирующих отношения между государством и лесным бизнесом [2].

Важным моментом в формировании данной системы является создание единого централизованного органа управления лесным сектором, который смог бы сформировать систему стратегического планирования в нем и разработать национальную лесную политику, а также ведомственную целевую программу развития. Данный централизованный орган мог бы стать важным координирующим звеном отраслевых, региональных и корпоративных программ развития [2].

Также в целях восстановления системы стратегического планирования в лесном секторе, которая предполагает формирование единой научно обоснованной методологии для разных уровней управления, представляется целесообразным создание специализированного центра стратегических разработок и исследований в лесном секторе [2].

Следует осуществлять НИОКР в сфере разработки инновационных технологий и производства продукции из древесины за счет средств бюджетов различных уровней РФ. В сложившихся условиях государство должно ориентировать бизнес, где и какую продукцию ЛПК целесообразно производить, так как эти проекты смогут быть обеспечены необходимыми ресурсами.

Среди главных задач центра стратегических разработок и исследований в лесном секторе особую роль должна играть разработка важнейших программных документов для этого сектора − национальной лесной политики, секторальных, отраслевых и региональных стратегических программ, а также рекомендаций оперативного характера. Кроме того, к задачам центра можно отнести мониторинг и оценку лесных ресурсов, в том числе предназначенных для лесопользования; мониторинг и аудит деятельности хозяйствующих субъектов лесного сектора, прежде всего крупных лесопромышленных корпораций; разработку и оценку инвестиционных проектов; инжиниринговую деятельность и т.д. [2].

Главным звеном системы стратегического планирования развития лесного сектора, как в большинстве

развитых лесопромышленных стран, должна быть национальная лесная политика государства, включающая стратегические цели, задачи его развития, исследования его состояния, трендов изменения основных показателей с использованием прогрессивного статистического и экономико-математического инструментария. Это позволит выработать научно обоснованные, согласованные всеми участниками лесных отношений приоритетные направления национальной лесной политики [2].

Основополагающим результатом реализации программы развития ЛПК должна стать рекомендательная схема размещения лесных производительных сил, позволяющая ориентировать бизнес, в каких регионах наиболее выгодно развивать или строить перерабатывающие мощности с учетом наличия ресурсов, кадрового потенциала, транспортной и социальной инфраструктуры.

Корпоративное стратегическое планирование, учитывая новые нормы Лесного кодекса, должно осуществляться на новой методологической основе: параметры развития должны определяться для лесохозяйственно-лесопромышленной корпорации как целостной структуры [2].

Список литературы

1. Астафьев С.А. О роли планирования в антикризисном управлении лесопромышленными предприятиями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://izvestia.isea.ru/.

2. Пинягина Н. Вернуть утраченные позиции // ЛеспромИнформ. – № 2 (76) 2011 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.lesprominform.ru/.

КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ НА МЕБЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Ляпунова А.Н., Огаркова А.В.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: anastasiia.razinkova@mail.ru

В современных рыночных условиях появляется все больше предприятий и фирм, способных выпускать качественные недорогие товары деревообрабатывающей промышленности. Возникает необходимость изыскания дополнительных возможностей снижения уровня затрат и себестоимости продукции. Важным показателем деятельности промышленных предприятий является качество продукции. Его повышение – одна из форм конкурентной борьбы, завоевания и удержания позиций на рынке [1].

Выпускаемая мебель по своим параметрам должна соответствовать утвержденному образцу-эталону и требованиям, указанным в нормативной документации. Правильный выбор формы и конструкции мебели, соответствие ее функциональных и габаритных размеров размерам помещения и тела человека позволяют обеспечивать прямое использование мебели по своему функциональному назначению. Устойчивость, прочность, долговечность, обеспечение быстрой трансформации при эксплуатации, возможность качественной сборки и ремонта, легкость и доступность очистки также во многом зависят от оригинальности конструкции и целесообразности размеров мебели.

Качество готовой мебели во многом определяется свойствами и качеством используемых мебельных материалов, которые по законодательству должны быть обязательно сертифицированы.

При приемке партии мебели контролируют внешний вид изделий, качество их изготовления и сборки, требования к трансформации и фурнитуре, качество стеклоизделий и зеркал, комплектность. Под партией мебели понимают количество изделий, наборов, гарнитуров. Визуально внешним осмотром устанавливают наличие имеющихся дефектов или отклонений по вышеперечисленным параметрам качества по каждому изделию мебели из предъявленной партии при разбраковке.

Для того чтобы выявить качество мебели используют основной документ, регламентирующий качество мебели – ГОСТ 16371-93 «Мебель. Общие технические условия». Настоящий стандарт распространяется на мебель бытовую и для общественных помещений, выпускаемую предприятиями (организациями) любых форм собственности, а также индивидуальными изготовителями. Функциональные размеры мебели должны соответствовать требованиям ГОСТ 13025.1, ГОСТ 13025.3, ГОСТ 13025.4, ГОСТ 17524.1, ГОСТ 17524.4, ГОСТ 17524.5, ГОСТ 17524.8, ГОСТ 18723, ГОСТ 19178, ГОСТ 19301.1, ГОСТ 26682, ГОСТ 26800.1, ГОСТ 26800.4 [2].

Качественная продукция мебельного предприятия является залогом ее конкурентоспособности. Поскольку при прочих равных условиях: цене, внешнему виду, эргономичности требуемый покупатель выберет наиболее качественную продукцию.

Конкурентоспособность продукции – совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, которая обеспечивает удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно для покупателя отличается от аналогичных товаров-конкурентов.

Для оценки конкурентоспособности продукции сопоставляют параметры анализируемого изделия и товара-конкурента. Для этого рассчитываются единичные, групповые и интегральный показатели конкурентоспособности продукции [1].

Нами был произведен сравнительный анализ конкурентоспособности трех изделий мебели максимально по потребительским показателям схожим к идеальному изделию -это изделия ООО «Еверест» г. Воронеж, затем мебельная фабрики «Столплит»г. Москва, и ООО «Мэйко» г. Воронеж.

Представим рассчитанные интегральные показатели качества – I анализируемых изделий:

для ООО «Еверест» – $I = \frac{0,693}{0,5} = 1,39$,

для ООО «Мэйко» – $I = \frac{0,5672}{0,775} = 0,73$,

для мебельной фабрики «Столплит» – $I = \frac{0,639}{0,9} = 0,71$.

Если I < l, то анализируемое изделие уступает образцу, а если I > 1, то оно превосходит изделие-образец или изделие конкурента по – своим параметрам.

В работе выявили, что продукция фирмы ООО «Еверест» соответствует требованиям ГОСТа. Анализ конкурентоспособности продукции вышеуказанных фирм позволил выявить, что максимально по потребительским показателям к идеальному изделию близко изделия ООО «Эверест», затем мебельной фабрики «Столплит», и »ООО «Мэйко». Таким образом, мебельное изделие ООО «Эверест» превосходит изделие-образец и изделие конкурента по – своим параметрам, что позволяет признать его более конкурентоспособным.

Список литературы

1. Ляпунова А.Н. Своевременная оценка качества продукции мебельного предприятия – залог успеха в условиях конкурентной борьбы [Текст] // Сборник научных трудов SWorld: материалы Меж-

дународной научно-практической конференции «Научные исследования и их практическое применение. Современное состояние и пути развития 2011». – Одесса : Черноморье, 2011. – Т. 17: Менеджмент и маркетинг. – С. 63-67. – Библиогр.: с. 67 (1 назв.) Режим доступа: http://www.sworld.com.ua/konfer24/319.htm.

2/ Оценка качества мебели [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.znaytovar.ru/new2471.html.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛПК РОССИИ

Ляпунова А.Н., Удовенко Н.А.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: udovienko.nadiezhda@mail.ru

Общая площадь земель лесного фонда Российской Федерации по данным Рослесхоза на 01 января 2011 г. составляет 1 183,3 млн. га. Доля лесных земель составляет свыше 75% от общей площади земель лесного фонда. Общий запас древесины на территории лесного фонда Российской Федерации составляет 83,4 млрд. куб. м, использование расчетной лесосеки в 2010 году – 27,7% от допустимого объема изъятия древесины. Площади, занятые в Российской Федерации насаждениями основных лесообразующих пород, остаются достаточно стабильными на протяжении последних десятилетий. После резкого сокращения объема лесозаготовок в 2009 г. (на 13,7%) в 2010 году возобновился рост (на 9,5%) [2].

Однако, несмотря на то, что Россия является крупнейшей лесной державой мира, лесопромышленный комплекс (ЛПК) страны не относится к числу ведущих отраслей российской промышленности. Доля продукции российского лесопромышленного комплекса не превышает 3% от мирового объема, что обусловлено следующими факторами: 1) экстенсивными методами на основе использования ранее не эксплуатировавшихся лесов; 2) низким уровнем освоения расчетной лесосеки; 3) устаревшими технологиями лесопереработки; 4) разрывом между предприятиями по переработке лесных ресурсов и сырьевой базой; 5) отсутствием резерва мощностей; 6) отсутствием высокотехнологичного оборудования; 7) высоким уровнем износа основных фондов; 8) низкой степенью переработки сырья; 9) высокой энергоемкостью производства.

Негативной тенденцией развития отечественного ЛПК является закрепление роли России как поставщика дешевого сырья. На зарубежных рынках Россия является крупнейшим экспортером необработанной древесины. В 2010 г. производство необработанной древесины составило 112,2 млн. плотных м3. В структуре российского экспорта лесопродукции необработанная древесина занимает около трети, преобладающими являются необработанный круглый лес и пиломатериалы начальных переделов. В более развитых странах, в т.ч. в Китае, в лесном экспорте превалирует продукция высокой степени переработки – качественные пиломатериалы, целлюлоза, бумага, мебель и др.

Если лес станет перерабатываться на территории России, и будет создаваться продукция с более высокой добавленной стоимостью, то при относительно небольших капитальных вложениях и в короткие сроки можно удвоить «лесной» валовой продукт. В этой связи первенство в запасах не является безусловным конкурентным преимуществом. Динамика лесовосстановительных работ свидетельствует о снижении этого показателя за последние десять лет с 973 тыс. га в 2000 г. до 812 тыс. га в 2010 г. В настоящее время ЛПК – один из самых отсталых по уровню используемых технологий как в лесозаготовке (использование ранее неэксплуатированных коренных или аналогичных лесов, крайне низкая степень механизации труда), так и в переработке.

К 2020 г. территориальное размещение лесопромышленного производства изменится. В Дальневосточном федеральном округе будут организованы новые лесоперерабатывающие производства. Ввод мощностей составит по пиломатериалам – 3,9 млн. м^3, листовым древесным материалам 1,2 млн. м^3, древесноволокнистым полуфабрикатам – 1,3 млн. т, бумаге и картону – 500 тыс. т. В Сибирском федеральном округе ввод мощностей составит: по пиломатериалам – 5,6 млн. м^3, листовым древесным материалам – 2,0 млн. м^3, древесноволокнистым полуфабрикатам – 2,9 млн. т, бумаге и картону – 2,8 млн. т [1].

Еще одна немаловажная проблема для лесопромышленного комплекса это значительный износ оборудования. По некоторым данным, в настоящее время более 60% предприятий нуждаются в срочной модернизации оборудования. Одним из основных факторов ухудшения состояния основных фондов является резкое снижение объема ввода новых фондов и вывода устаревшего оборудования [4]. Такое состояние ОПФ ставит под угрозу сохранение потенциала предприятий ЛПК и его способность эффективного функционирования в условиях обостряющейся конкуренции. Существующий уровень производственных мощностей снижает возможность отечественных предприятий по выпуску конкурентоспособной продукции, создает тенденции к росту импорта качественной продукции разной степени переделов и не позволяет обеспечить импортозамещение в отрасли.

Наряду с негативными факторами функционирования предприятий ЛПК следует отметить и положительные тенденции. По данным Минпромторг России за январь-ноябрь 2010 года по сравнению с соответствующим периодом прошлого года увеличили выпуск тракторов для лесного хозяйства ООО «Владимирский моторо-тракторный завод», ООО «Онежский тракторный завод», ОАО «Красноярский завод лесного машиностроения» [2].

Таким образом, развитие ЛПК необходимо рассматривать в комплексе с развитием лесного машиностроения. Острота задачи развития отечественного лесного машиностроения обусловлена тем, что без ее решения не могут быть успешно решены проблемы эффективного освоения лесных ресурсов страны.

Список литературы

1. Стратегия развития лесного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года, утверждена Приказом Минпромторга России и Минсельхоза России от 31 октября 2008 г. № 248/482.

2. Официальный сайт Минпромторг России – http://www.minpromtorg.gov.ru/.

3. Федеральная служба государственной статистики – http://www.gks.ru/.

4. Чуваева А.И. Техническое перевооружение как основной фактор эффективного развития предприятий лесопромышленного комплекса: / монография А.И. Чуваева, Ю.Д. Алашкевич, В.А. Лукин. – Красноярск, СибГТУ, 2011.

Секция «Экономико-математическое моделирование», научный руководитель – Рогачев А.Ф., д-р техн. наук, профессор

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ СТУДЕНТОВ СТАРШИХ КУРСОВ УНИВЕРСИТЕТА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО НАПРАВЛЕНИЯ

Титова В.А., Плещенко Т.В.

Волгоградский государственный аграрный университет, Волгоград, e-mail: vatitova@yandex.ru

Перед системой образования встают принципиально новые задачи. Образование именно в это непростое время может и должно выполнять такую функцию, как формирование ряда новых личностных качеств человека.

Поступая в вуз, молодой человек (как юноши, так и девушки) оказывается в новой социальной позиции – студент. Этот социальный статус требует от студента освоения новых ролей, определяющих его активную позицию в обществе, и большей ответственности – как за собственное образование, так и за саморазвитие. Личность студента это целостная самоорганизующаяся достаточно устойчивая система. Однако считать ее законченной и полностью сформировавшейся еще рано, так как психосоциальное развитие студента продолжается. Образование в этом процессе играет значительную роль, но является не единственным побудителем развития.

Человек не может жить один, и потребность в человеческих контактах особенно сильно развито у молодежи. Через общественные связи и отношения молодые люди познают окружающий мир, формируют свое сознание в самосознание, а затем становятся личностью.

А существуют ли какие-либо общечеловеческие правила, которые признаются абсолютно всеми?

Таких единых общечеловеческих правил нет, но есть общий принцип, на котором они строятся. Этот принцип, так называемое, «золотое правило нравственности», которое является критерием нравственного поведения всех цивилизованных народов, и гласит следующее: «Не поступай по отношению к другим так, как ты не хотел бы, чтобы они поступали по отношению к тебе». Золотое правило существует на протяжении всей истории человечества. Менялись народы и цивилизации, но «золотое правило» оставалось.

Первые пособия о правилах поведения, поучающие, как себя вести, появились в средние века. Они понимались как стандарты поведения, и гласили, что каждый человек должен был руководствоваться определенным кодексом правил в своем поведении в отношении к власти, церкви, домочадцам и т.д. Такой стандарт поведения называется этикетом. От знания этикета и умения себя вести часто зависела не только карьера, но и жизнь придворных, а порой и самих монархов. В 16 – 17 веках этикет стал отличительной чертой светского человека. Тогда же появились первые пособия по этикету в разных странах, в том числе и на Руси.

Усвоение правил культурного поведения имело двойственный характер. С одной стороны это облагораживающий момент, так как вырабатывалось умение сдерживать свои аффекты, порывы, страсти, властвовать над собой. С другой стороны формальное усвоение правил этикета нередко приводило к лицемерию, ориентировало на оценку достоинств человека не в его нравственном содержании, а лишь во внешней респектабельности, в его «commeilfaut» («как надо, как следует»).

Время не стоит на месте. Прогресс всегда выражается в борьбе нового со старым. Правила вежливости и культурного поведения не избежали этой участи. Наряду с чисто формальными правилами, ограниченными временными рамками и сословной принадлежностью, вырабатывались и такие, которые пережили свое время и были подхвачены новыми поколениями, как необходимые правила регулирования человеческих отношений.

Даже не соблюдая правил этикета, каждый из нас может выделить в общей массе человека культурного, воспитанного, в присутствии которого автоматически хочется вести себя достойно, а также способен выделить человека некультурного, невоспитанного, невежественного, которого принято называть хамом.

С самого малого возраста необходимо человека учить элементарным правилам вежливости, учить вести себя так, а не иначе, так как именно ребенок, как «губка» впитывает в себя всю информацию, которую видит и он еще абсолютно не понимает насколько это хорошо или плохо.

Отсутствие воспитания, незнание внешних форм поведения, может сыграть злую шутку даже с замечательным человеком.

Если взять не все слои общества, а отдельно выделить какую-то часть, то результат может достаточно огорчить. В виде примера рассмотрим студентов, которые обучаются в высшем учебном заведении, а именно на социально-культурном направлении.

Судьба таких студентов привела не просто на гуманитарную, а на очень ответственную и важную специальность, так как социально-культурное направление означает хорошие манеры, правильное воспитание, понимание и быстрая оценка ситуации, ведь в жизни и в работе бывают не простые ситуации.

Обогащение опыта межличностного взаимодействия образовательных субъектов в направленно создаваемых профессионально-ориентированных ситуациях способствует эффективной подготовке будущего специалиста к проявлению активной жизненной позиции в сфере производственно-трудовых отношений, предполагает утверждение демократических форм межсубъектных взаимосвязей в аспекте реализации нравственных доминант ответственного поведения. Здесь ведущим педагогическим фактором выступает создание благоприятной атмосферы профессионально-личностного роста студента, аксиологический вектор которой ориентирован на безусловное принятие самоценности его внутреннего мира, активизацию процессов компетентностной рефлексии, укрепление гуманистических основ организации университетской жизни.

Процесс формирования профессионального поведения студентов позволяет определить следующие критерии:

• подготовка будущего специалиста как субъекта корпоративно-производственных отношений и взаимодействий;

• достижение поставленной цели, с учетом существующих достаточно жестких конкурсных реалий рынка труда, где поведенческие характеристики претендентов на рабочие вакансии зачастую определяют приоритеты субъектных предпочтений.

Привлечение профессионально-развивающих резервов системы дополнительного образования университета с целью формирования инвариантных констант профессионального поведения личности предполагает активное включение студентов в сферу творчества (театрального, эстрадного, литературно-декламационного, музыкально-исполнительского, жанр КВН, редколлегия, общение в Интернет-блогах).

В результате работы можно сделать выводы была ли достигнута цель непосредственного общения с обогащением опыта и переживаемого понимания, а также формирования актерских качеств, расширяющих выразительный диапазон профессионального имиджа современного специалиста (презентационная уверенность поведенческих реакций; экспрессивная обоснованность поведенческих алгоритмов доверительного общения, взаимодействия, диалога; эстетическая гармония поведенческого облика интеллигента-профессионала).

Именно для достижения целей и поставленных задач преподаватели и сотрудники взаимодействуют со студентами в учебной и творческой жизни, что, несомненно, дает большой опыт для самостоятельного течения уже после окончания учебного заведения.

Секция «Экономическое развитие лесного комплекса», научный руководитель – Зиновьева И.С., канд. экон. наук, доцент

ЛЕСНОЙ КОМПЛЕКС РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ВАРИАНТЫ РАЗВИТИЯ

Белый Ю.А., Зиновьева И.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: russkiy_parenb@mail.ru

Лесной комплекс России, который включает в свой состав лесное хозяйство и лесопромышленные отрасли по заготовке и переработке древесины, занимает важное место в экономике страны. Леса России представляют собой один из важнейших возобновляемых природных ресурсов, составляют более четверти мировых запасов древесной биомассы и выполняют важнейшие средообразующие и средозащитные функции.

Имеющиеся запасы лесных ресурсов России позволяют обеспечить не только текущие и перспективные внутренние потребности страны в древесине и продуктах её переработки, но и значительно расширить экспорт лесных товаров.

Продукция лесного комплекса широко используется во многих отраслях промышленности, строительстве, сельском хозяйстве, полиграфии, торговле, медицине. Объёмы производства и потребления мебели и бумажно-картонной продукции оказывают непосредственное влияние на социальное и культурное развитие общества [1].

Необходимо отметить, что лесной комплекс России очень сильно ощутил влияние мирового финансово-экономического кризиса. Появилось множество новых проблем, которые нужно решить в самое ближайшее время, поскольку конкурентоспособность нашей страны во многом обеспечивается продукцией лесного комплекса. Можно выделить следующие основные (системные) проблемы развития российского лесного комплекса:

– недостаточное развитие мощностей по глубокой механической, химической и энергетической переработке древесного сырья;

– недостаточная точность оценки потенциала лесных ресурсов;

– неэффективный контроль за использованием лесов;

– недостаточный объём лесохозяйственных мероприятий, который обусловлен низким техническим уровнем, дефицитом кадрового состава.

Основные факторы, побудившие возникновение вышеприведённых проблем: недостаточная точность учёта лесных ресурсов; истощение эксплуатационных запасов древесины в зонах расположения действующих лесопромышленных предприятий и путей транспорта; неэффективность государственного лесного контроля на региональном уровне; значительные потери лесных ресурсов от пожаров; высокий уровень нелегального оборота древесины; неразвитая инфраструктура в лесах.

Приведём статистические данные по лесным ресурсам России (табл. 1), а также по охране и защите лесов (табл. 2).

Таблица 1

Лесные ресурсы России[1)]
(по данным учёта на 1 января) [2]

	1998	2003	2008	2009	2010	2011
Площадь земель лесного фонда и земель иных категорий, на которых расположены леса, млн. га	1178,6	1179,0	1181,9	1182,9	1183,7	1183,3
в том числе лесная	882,0	883,0	890,8	891,9	892,0	891,8
из нее покрытая лесом	774,3	776,1	796,2	797,0	797,5	797,1
Общий запас древесины, млрд. м^3	81,9	82,1	83,3	83,6	83,5	83,4

[1)] По данным Рослесхоза. Государственный учёт лесного фонда до 2008 г. проводился один раз в пять лет, с 2008 г. – ежегодно по данным государственного лесного реестра.

Таблица 2

Охрана и защита лесов в России [2]

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Лесовосстановление, тыс. га	973	812	877	872	828	837	812
в том числе искусственное (создание лесных культур)	263	187	194	202	191	181	171
Защита лесов от вредных организмов биологическим методом, тыс. га	538	511	520	420	317	150	227
Погибло лесных насаждений, тыс. га	777	988	311	319	273	447	805
из них от лесных пожаров	710	465	175	200	171	346	626
Число лесных пожаров[1)], тыс.	22,4	19,2	32,5	17,8	26,3	23,2	34,8
Лесная площадь, пройденная пожарами[1)], тыс. га	1329	845	1494	1036	2070	2112	2027
Сгорело леса на корню[1)], млн. м^3	39,6	12,3	34,5	16,5	30,1	25,4	93,1

[1)] По состоянию на 1 ноября.

Можно выделить два возможных варианта развития лесного комплекса нашей страны: инерционный и инновационный.

Согласно инерционному варианту финансирование проектов развития лесного комплекса будет осуществляться с использованием собственных и привлечённых средств инвесторов. При этом варианте развития может произойти следующее: уменьшение конкурентоспособности российской лесобумажной продукции; снижение приемлемого уровня жизни населения, которое связанно трудовыми и иными отношениями с функционированием лесного комплекса; потеря способности лесного комплекса к функционированию в режиме интенсивного расширенного воспроизводства.

Инновационный вариант развития лесного комплекса базируется на следующих аспектах: ускорение инвестиционного процесса, направленного на создание новых лесопромышленных предприятий; масштабная технологическая модернизация производств, внедрение ресурсо- и энергосберегающих технологий; существенный рост производительности труда; возрастание инновационной активности, освоение производства новой высокотехнологичной продукции; совершенствование государственной лесной политики в области управления лесами; интенсификация использования и воспроизводства лесов; усиление охраны и защиты лесов.

На наш взгляд, приемлемым вариантом развития лесного комплекса России является инновационный, так как его преимущества могут существенно усилить экономику всей страны.

Для решения проблем развития отечественного лесного комплекса необходимо:

– сформировать такую государственную лесную политику, которая отвечала бы интересам государства и общества;

– совершенствовать лесное законодательство;

– усилить контроль, а также повысить его эффективность в сфере лесного комплекса;

– организовать инновационное развитие и кадровое обеспечение лесного хозяйства;

– повысить эффективность использования бюджетных средств, выделенных на развитие лесного комплекса;

– принять жёсткие меры по борьбе с незаконной вырубкой лесов, нелегальной продажей древесины;

– предпринимать все усилия для искоренения коррупции в сфере лесного комплекса;

– создать чёткую программу возобновления лесных ресурсов.

Государство должно активно пропагандировать защиту лесов – важнейшего элемента экономики нашей страны, а также источника жизни.

Список литературы

1. Приказ Минпромторга РФ № 248, Минсельхоза РФ № 482 от 31.10.2008 «Об утверждении Стратегии развития лесного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=99108.

2. Российский статистический ежегодник [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/news/14f2bf004995c30eb898fd3a2dfc23c6.

3. Зиновьева, И.С. Состояние и развитие лесопромышленного комплекса России [Текст] / И.С. Зиновьева, М.В. Пахомова // Спецпроект: анализ научных исследований: материалы V межд.научно-практической конф. Т.1: Научные исследования в экономике. – Днепропетровск: Біла К.О., 2010. – С. 55-58.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ЛЕСОБУМАЖНОЙ ПРОДУКЦИИ

Власова М.С., Зиновьева И.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: natashamir101@mail.ru

В последние годы мировой рынок лесобумажной продукции развивался динамично. Мировой товарооборот этого рынка в настоящее время составляет более 420 млрд. долларов США, что превышает уровень 2000 г. в 1,5 раза. На долю Российской Федерации приходится 2,9% мирового товарооборота.

Основными странами-экспортерами лесных товаров являются: США, Китай, Канада, Германия, Финляндия. Экспорт лесобумажной продукции Российской Федерации составляет 12,6 млрд. долларов США, импорт – 7,7 млрд. долларов США. Однако в динамике рост импорта значительно опережает рост экспорта: рост импорта – 592,3%, рост экспорта – 300,0%.

Основными странами-импортерами лесоматериалов из Российской Федерации в настоящее время являются Китай (круглый лес, пиломатериалы и целлюлоза), Финляндия (круглый лес), Япония (круглый лес и пиломатериалы), Египет (пиломатериалы), Германия (пиломатериалы, бумага и картон), Турция (целлюлоза, бумага и картон), страны СНГ (круглый лес, пиломатериалы, листовые древесные материалы, бумага и картон).

Перспективными продуктовыми нишами для российской лесобумажной продукции в перспективе до 2020 год являются:

– по пиломатериалам – страны СНГ, страны Балтии, страны Западной Европы, Египет, Китай, Япония;

– по фанере клееной – США, страны Балтии, Германия, Франция, Италия, Египет;

– по целлюлозе – Китай, страны Западной Европы, страны Восточной Европы, Республика Корея;

– по бумаге и картону – Германия, Турция, страны Восточной Европы, Китай.

В импорте лесобумажной продукции в Российскую Федерацию основную долю занимает бумага и картон (24,4%), изделия из бумаги и картона (26,7%), мебель (22,1%).

Основными тенденциями в производстве и потреблении древесных волокнистых полуфабрикатов является постоянно растущий спрос на сульфатную белую целлюлозу и новые виды механической массы, получаемой из щепы различных пород. Доля сульфатной целлюлозы в общем объеме экспорта древесных полуфабрикатов в 2012 г. в натуральном выражении составляет 63,4%.

Основными странами – импортерами сульфатной беленой целлюлозы из России являются страны дальнего зарубежья: Китай, Венгрия, Германия, Турция, т.е. страны, не обладающие достаточными ресурсами для производства целлюлозы из древесины.

Проблема роста спроса на лесобумажную продукцию в ряде стран Европы, Китая и Японии обостряется в связи с резким сокращением в ближайшие годы экспорта круглого леса из Российской Федерации.

В перспективном периоде емкость внутреннего рынка лесоматериалов в Российской Федерации определяется следующими факторами:

– ростом основных показателей социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. (ВВП, продукции промышленности, реальных доходов населения, вводом жилья и других макроэкономических показателей);

– прогнозом роста душевого потребления бумаги и картона, мебели;

– прогнозом роста потребления пиломатериалов, листовых древесных материалов, конструкционных

материалов на основе древесины в жилищном, гражданском и промышленном строительстве.

Емкость внутреннего рынка пиломатериалов определяется высокими темпами роста в ближайшие 13 лет объемов жилищного строительства. В соответствии с основными целевыми ориентирами в этот период, заложенными в Концепцию долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития России), средняя обеспеченность жильем к 2020 году должна составить 30 – 35 кв. м. Так же целью государственной жилищной политики является обеспечение доступности и комфортности жилья для всех категорий граждан Российской Федерации. Этим критериям наиболее полно соответствует деревянное жилье. К 2020 г. доля деревянных домов в общем объеме ввода жилья может достигнуть 20–25%.

Емкость внутреннего рынка по фанере клееной определяется ростом спроса на этот вид продукции в сфере строительства и ремонтно-эксплуатационных нужд при устройстве полов из паркета, паркетной доски, паркет-ламината, линолеума, ковролина. Потенциальный спрос на фанеру клееную на внутреннем рынке к 2020 году определен в размере 3020 тыс. куб. м.

Емкость внутреннего рынка по бумаге и картону определена с учетом прогнозируемого роста душевого потребления бумаги и картона с 52 кг в настоящее время до 100 кг в 2020 году. Данный прирост душевого потребления бумаги и картона соответствует темпам роста ВВП и реальных располагаемых доходов населения, заложенных в проекте Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации.

При оценке роста внутреннего потребления бумаги и картона учитывались также потребности страны:

– в высококачественных видах бумаги для книгоиздательской и полиграфической деятельности;

– в современных видах бумаги для упаковки пищевых продуктов;

– в экологически безопасных видах бумаги и мелованного картона;

– населения в изделиях санитарно-гигиенического назначения;

– в технических видах бумаги;

– специальных видов бумаги для офисной и копировально-множительной техники.

Наиболее остро на внутреннем рынке стоит проблема обеспечения спроса на мелованную бумагу для полиграфической продукции. Потребление этого вида продукции в 2011 году по сравнению с 2000 годом выросло в 6,7 раза и достигло 455 тыс. т. С учетом импорта книжно-журнальной продукции емкость внутреннего рынка по мелованным бумагам составила 611 тыс. т. или 4,3 кг на душу населения. К 2020 году эти показатели достигнут 2900 тыс. т или 20,4 кг/чел.

Список литературы

1. Зиновьева, И.С. Использование лесных ресурсов [Текст] / И.С. Зиновьева, О.Ю. Затынина // Успехи современного естествознания. – 2012. – №4. – С. 182-183.

2. Zakonprost.RU – Правовая консультационная служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.zakonprost.ru.

3. Forest.RU – Всё о российских лесах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.forest.ru.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЛЕСНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Волкова Ю.В., Зиновьева И.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: pushistik_271090@mail.ru

Лесная политика Российской Федерации формируется и принимается на государственном уровне и должна отвечать интересам государства, бизнеса и общества. Разрабатывается нормативно-правовая база, обеспечивающая реализацию стратегии развития лесного комплекса, гармонизированная с международным правом и лесным законодательством субъектов Российской Федерации, а также комплекс подзаконных актов, регламентирующих порядок использования, охраны, защиты и воспроизводства лесов.

Актуальность затронутой темы заключается в том, что необходимо обеспечить устойчивое управление лесами.

Необходимость разработки государственной лесной политики состоит в том, что реформирование лесного хозяйства и всего лесного сектора России требует существенных изменений действующего законодательства, устранения противоречий между лесным и земельным кодексом, федеральными и региональными нормативными актами в области регулирования лесных отношений. Эти изменения должны быть направлены на усиление правовой защиты лесов, сохранение особого правового статуса лесных земель, четкое разграничение полномочий Российской Федерации, ее субъектов и муниципальных образований в области охраны использования и воспроизводства лесных ресурсов.

Совершенствование организационной структуры управления лесами обеспечивается организацией специально уполномоченного органа государственного управления лесами на федеральном, региональном и муниципальном уровнях управления и наделением его всеми полномочиями, необходимыми для осуществления возложенных на него функций и реализации национальной лесной политики. Должностные лица специально уполномоченного органа государственного управления лесами наделяются полномочиями по государственному лесному контролю и надзору, обеспечиваются служебным оружием, формой и государственной защитой в соответствии с законодательством.

Предусматривается дальнейшее развитие полномочий государственных органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации в части передачи функций государственного пожарного надзора в лесах на уровень субъектов Российской Федерации.

На федеральном уровне осуществляется:

– выработка политики развития лесного комплекса;

– правовое регулирование в лесном комплексе;

– контроль за исполнением полномочий, переданных субъектам Российской Федерации;

– межрегиональное управление охраной лесов от пожаров;

– государственная инвентаризация лесов;

– обеспечение кадастрового учета лесных участков;

– мониторинг организации лесопользования, лесопожарный и лесопатологический мониторинг, мониторинг радиационной обстановки в лесах;

– организация лесного семеноводства;

– формирование лесного реестра на федеральном уровне;

– координация деятельности региональных управлений лесами в составе органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации;

– оптимизация лесной науки и лесного образования;

– выполнение международных обязательств Российской Федерации по лесам;

– организация межрегионального взаимодействия при возникновении чрезвычайных ситуаций в лесах.

Важным элементом государственного управления лесами является организация проведения лесоустрой-

ства. В настоящее время около 40% лесов имеют давность лесоустройства более 10 лет, а на площади более 3 млн. га лесов, находившихся ранее во владении сельскохозяйственных организаций, лесоустройство вообще не проводилось.

Устройство лесов, являющихся государственной (федеральной) собственностью, осуществляется по заказам органов государственной власти, под контролем государства и за счет средств бюджетной системы Российской Федерации. Данные лесоустройства прошлых лет регулярно актуализируются с учетом текущих изменений в лесах, выявляемых в процессе их мониторинга.

Объектом лесоустройства (таксация лесов и проектирование мероприятий по охране, защите и воспроизводству лесов) является лесничество, как территориальная единица управления лесами и ведения государственного лесного реестра, или лесной участок.

Материалы лесоустройства направлены на получение точной и объективной оценки эксплуатационных запасов насаждений при планировании к освоению лесных ресурсов в рамках реализации приоритетных инвестиционных проектов, при выставлении лесных участков на аукционы по продаже права на заключение договора аренды, при уточнении расчета ежегодно возможного размера отпуска древесины на арендованных лесных участках.

Вне зоны аренды первоочередному устройству подлежат лесные участки с высокой природной пожарной опасностью, неблагополучной лесопатологической ситуацией, интенсивным лесокультурным производством, требующие квалифицированных лесопроектных решений по назначению комплекса мероприятий по охране и защите лесов, воспроизводству лесов, в т.ч. уходу за лесами. Лесоустройство должно проводиться государственными организациями.

В целях совершенствования государственного лесного контроля и надзора проводится укрепление его кадрового состава и материально-технической базы, расширение полномочий и обеспечение безопасности труда государственных лесных инспекторов.

Основные объемы работ по государственной инвентаризации лесов в период до 2012 года были сконцентрированы в районах наиболее интенсивного использования лесных ресурсов. Полный цикл работ по государственной инвентаризации лесов на всей территории Российской Федерации планируется завершить к 2020 г.

Осуществление государственной инвентаризации лесов обеспечит повышение обоснованности принятия управленческих решений по использованию лесов органами государственной власти на уровне Российской Федерации и субъектов Российской Федерации.

В соответствии с Федеральными законами от 24 июля 2007 г. № 221-ФЗ «О государственном кадастре недвижимости» и от 4 декабря 2006 г. № 201-ФЗ «О введении в действие Лесного кодекса Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) с 29 июня 2012 года предоставление гражданам и юридическим лицам лесных участков в составе земель лесного фонда в пользование осуществляется с проведением государственного кадастрового учета недвижимого имущества. Планируемые ежегодные объемы работ по постановке на кадастровый учет недвижимого имущества лесных участков для различных видов использования лесов составят не менее 15 млн. га.

Совершенствование лесного законодательства направлено на создание нормативной правовой базы, обеспечивающей Стратегию развития лесного комплекса, превращение государства в эффективного собственника лесов, устойчивое лесопользование и ведение лесного хозяйства в соответствии с национальными и международными критериями и индикаторами устойчивого лесоуправления.

Приоритетными направлениями развития лесного законодательства являются:

– повышение правового статуса лесов, как особого объекта, тесно связанного с землей и определяющего режим использования земель, на которых они произрастают;

– совершенствование системы государственного управления лесами и лесным хозяйством;

– определение форм собственности на городские леса;

– уточнение порядка отнесения лесов к защитным и соответствующим категориям защитных лесов;

– совершенствование системы платежей за использование лесов, в том числе введение процедуры возмещения потерь при переводе земель лесного фонда в земли иных категорий, проведение лесоустройства (проектирование лесных участков, таксация лесов и проектирование мероприятий по охране, защите, воспроизводству лесов) за счет бюджетной системы Российской Федерации;

– повышение правового статуса и расширение функций лесоустройства, как основы кадастрового учета лесов, ведения лесного реестра, лесного планирования и лесоуправления;

– создание условий для эффективной борьбы с нелегальными рубками и другими лесонарушениями на основе системы учета и контроля заготовленной, приобретенной и переработанной древесины;

– совершенствование порядка и системы осуществления государственного контроля и надзора в лесах;

– совершенствование механизма привлечения к ответственности за нарушение лесного законодательства;

– переход к стратегии управления лесными пожарами на основе лесопожарного районирования лесов;

– совершенствование порядка ведения хозяйственной деятельности в лесах;

– определение порядка создания и функционирования объектов лесной инфраструктуры.

Список литературы

1. Лесной кодекс Российской федерации от 22 января 1997 года (в ред. Федеральных законов от 23.12.2003 № 186-ФЗ)

2. Зиновьева, И.С. Анализ эффективности экономического управления лесным фондом в российских условиях [Текст] / И.С. Зиновьева // Известия Волгоградского государственного технического университета: межвуз. сб. науч. ст. №14(87). – Волгоград: ИУНЛ ВолгГТУ, 2011. – (Сер. Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива). Вып.12). – С. 70-72.

КЛАСТЕРНАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА В ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Волкова С.В., Зиновьева И.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: sonya01011991@mail.ru

Лесопромышленный комплекс Воронежской области имеет большой потенциал, который пока используется в недостаточной степени, в частности предприятиями, ведущими покупку и промышленную обработку древесины. Значительная часть древесины не может обрабатываться на территории области из-за отсутствия промышленных мощностей, соответствующих качеству сырья. Для улучшения развития лесной промышленности в Воронежской области был введён проект о кластерной программе.

Кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга.

Развитие кластерной программы способно серьезно повысить эффективность функционирования лесного комплекса Воронежской области, следовательно, можно говорить о необходимости включения кластеров в проекты регионального лесного развития. Однако сдерживающими факторами для формирования и развития кластеров в Воронежской области в настоящее время являются: низкое качество управления бизнесом, отсутствие ориентации многих предприятий на международный рынок; слабый уровень развития территориальных кооперационных структур, которые, как правило, самостоятельно не справляются с задачей разработки и реализации приоритетов для продвижения интересов регионального бизнеса; недостаточный уровень плановых решений по территориальному хозяйственному развитию; большие горизонты достижения ожидаемых результатов, так как реальные выгоды от создания кластеров проявляются только через 5-10 лет.

На сегодняшний день формирование и развитие кластеров в промышленности Воронежской области является одним из приоритетных направлений развития региона, поскольку именно кластерная программа может обеспечить повышение конкурентоспособности промышленных предприятий и внедрение инноваций. На реализацию ведомственной целевой программы «Формирование и развитие кластерных образований в Воронежской области в 2011-2013 годах» планируется направить средства областного бюджета в сумме 67,736 млн. рублей.

Одним из центральных вопросов программы стало обсуждение долгосрочной областной целевой программы «Леса Воронежской области (2012–2016 годы)» и проекта долгосрочной областной целевой программы «Развитие комплексной мелиорации сельскохозяйственных земель Воронежской области на период до 2020 года».

Цель программы «Леса Воронежской области (2012-2016 годы)» – обеспечение сохранения и приумножения лесов Воронежской области на долгосрочный период. Задачами программы являются развитие лесной охраны; обеспечение тушения лесных пожаров; ликвидация последствий лесных пожаров 2010 года; защита леса от вредных организмов. На реализацию программы планируется направить 1 млрд. 402 млн. 896,1 тысяч рублей из средств федерального и областного бюджетов, а также из внебюджетных источников.

Основной продукцией крупных и средних мебельных предприятий Воронежской области являются: корпусная мебель с фасадом из массивной древесины, MDF и ДСП, облицованная натуральным шпоном или декоративными пленками; кухонная мебель с фасадом из массивной древесины или MDF, облицованная пленками из поливинилхлорида; мебель из массивной древесины (стулья, табуреты, столы); мебель для офисов, изготовленная по традиционным технологиям из ДСП и массива, а также по новым – из MDF; школьная и детская мебель, производимая по различным технологиям, обеспечивающим максимальную экологичность; мягкая мебель.

Поскольку предприятия выпускают разнообразную продукцию в разных ценовых диапазонах и при этом используют всевозможные материалы и комплектующие, для формирования кластера необходимо создание дополнительных производств по выпуску материалов, приобретаемых за пределами региона .

Сегодня конкурирующие Воронежские мебельные компании «Ангстрем», «Кедр», «Сомовская мебель» и «Мебель для офиса» объединились для формирования кластера предприятий деревообрабатывающей и мебельной промышленности региона.

Этот вопрос был рассмотрен 21 сентября 2012 года на состоявшемся форуме Общероссийской общественной организации с участием «Деловой России» в Центре кластерного развития Воронежской области стратегической сессии. В выработке путей взаимодействия в развитии мебельной промышленности приняли участие директора и владельцы предприятий по производству мебели. По итогам обсуждения были определены стратегические направления развития, а также рассмотрен ряд проектов. Так, гендиректор холдинговой компании «Ангстрем» Сергей Радченко рассказал о проекте запуска учебного центра «Ангстрем», в котором планируется подготавливать, при поддержке воронежских вузов, кадры для мебельной промышленности.

Наша академия активно сотрудничает с компанией «Ангстрем». Представители руководящего корпуса и ведущие специалисты компании проводят мастер-классы, открытые лекции, конференции, деловые игры в рамках реализуемого проекта «Студент – ассистент директора». Студенты принимают активное участие в организуемых конкурсах, проходят учебную и производственную практику на производственной базе компании.

Компания «Ангстрем» поддерживает реализацию проекта «Кластеры предприятий деревообрабатывающей и мебельной промышленности». В рамках проекта компания рассматривает вопросы о создании завода по производству ДСП стоимостью порядка $80 млн. и обучающего центра специалистов для работы на мебельных предприятиях на базе Воронежской государственной лесотехнической академии. Такое предприятие будет способно производить плиты под мебельное производство в объемах, оцениваемых суммой порядка 10 млрд. рублей в год. Планируемое производство будет построено как в Воронежской области, так и на территории регионов, где есть древесное сырье.

Воронежская область обладает большим потенциалом как кластер предприятий деревообрабатывающей, мебельной промышленности. Приход кластеров в отрасль позволит стать им работающими институтами и механизмами стратегического развития регионов и территорий Воронежской области.

Список литературы

1. Амбрутус В.Ю. Кластеризация как способ повышения эффективности Лесного комплекса // Российское предпринимательство. – 2010. – № 6. – С. 69-72.

2. Бурдин Н.А. Лесной комплекс: состояние, проблемы, перспективы / Н.А. Бурдин, В.А. Егорнов – М.: МГУЛ, 2009. – 473 с.

3. Зиновьева, И.С. Оценка использования ресурсного потенциала лесов на территории Воронежской области // Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – № 10(241)-март. – С. 24-30.

4. Якубов И.К. Кластеры лесного развития // ЛесПромИнформ. – 2010. – № 7. – С. 51-55.

ПРОБЛЕМА НАРУШЕНИЯ ТАМОЖЕННЫХ ПРАВИЛ ПРИ ЭКСПОРТЕ ЛЕСОМАТЕРИАЛОВ ИЗ РОССИИ

Головешкина Е.Г., Зиновьева И.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: elena_voronezh_2010@mail.ru

Ценность леса в национальной экономике очень велика. Лесные ресурсы используются во многих отраслях экономики: в строительстве, в горнорудной промышленности, в мебельной промышленности, в химической промышленности, при получении целлюлозы, бумаги, картона, идет на производство тары.

На сегодняшний день у нас в стране утверждены 77 приоритетных инвестиционных проектов на сумму 436,9 млрд. рублей. Из них в Центральном федеральном округе реализуется 11 проектов с объемом инвестиций свыше 66 млрд. рублей, в Сибирском – 13 проектов с объемом 148,4 млрд. рублей. Также в настоящее время прослеживается тенденция постепенного перехода отечественной лесной промышленности на экспорт продукции глубокой переработки. Так, в стоимостной структуре экспорта отмечается сокращение доли круглого леса на 9% с одновременным увеличением доли пиломатериалов на 8%, бумаги и картона – на 4%.

Однако наряду с наметившейся положительной динамикой существенный урон экономике в области лесной промышленности наносит нарушение таможенных правил при экспорте. Эта проблема на сегодняшний день продолжает оставаться такой же острой и актуальной.

Ст. 188 «Контрабанда» УК РФ регулирует отношения и виды уголовно-правовой ответственности за перемещение в крупном размере через таможенную границу РФ товаров (древесины и лесопродукции) или иных предметов, совершенное помимо или с сокрытием от таможенного контроля, либо с обманным использованием документов или средств таможенной идентификации, либо сопряженное с недекларированием или недостоверным декларированием, т.е. за контрабанду. Крупным размером признается стоимость имущества (древесины и лесопродукции), превышающая 250 тыс. руб. (п. 4 ст. 158 УК РФ).

Уголовно-правовая ответственность за контрабанду обусловлена размером и способами незаконного перемещения товаров и иных предметов через таможенную границу РФ. В сфере оборота древесины и лесопродукции контрабанда совершается следующими способами:

1) помимо или с сокрытием от таможенного контроля (таким способом совершается около 18 % правонарушений);

2) путем фальсификации сопроводительных документов (нелегально заготовленная древесина перевозится в основном в Китай. При этом практически на каждую ее партию имеется пакет документов (сертификаты, декларации, накладные), которые внешне отвечают предъявляемым требованиям. Выявить же подделку может только специалист, уполномоченный в области ведения лесного хозяйства);

3) путем недекларирования или недостоверного декларирования (для введения в заблуждение сотрудников таможенных органов недобросовестными коммерсантами применяется декларирование грузов от имени подставных юридических лиц. Недостоверное декларирование имеет место при перемещении грузов в режиме временного вывоза с таможенной территории, когда на самом деле грузы экспортируются);

Ведущие позиции в России по оформлению лесоэкспорта занимают Иркутская, Красноярская и Братская таможни. С целью пресечения нарушения таможенных правил при экспорте лесоматериалов в конце 2003 г. областная администрация Иркутска организовала лесную милицию. Сотрудники лесной милиции неоднократно сталкивались с проблемами контроля над транспортировкой древесины по дорогам области. Существующая система документооборота не позволяет отслеживать происхождение перевозимой древесины. В целях профилактики и пресечения подобных нарушений Иркутская таможня для своих оперативных целей ввела в 2005 г. обязательную маркировку поступающей на таможенную территорию древесины: на бревна стали прикреплять бирки. При этой технологии на каждое бревно крепится бирка из особо прочной пластмассы, содержащая в электронном виде полную информацию: индивидуальный номер, физические размеры, объем, сортность и прочие характеристики бревна. На основе этих данных формируется доступная таможенным, налоговым, правоохранительным и иным надзорным органом общая электронная информационная база. После этого нововведения были получены положительные результаты, в частности, повышение качества таможенного контроля при снижении временных и ресурсных затрат.

В то же время в 2009 г. было ограничено количество мест таможенного оформления. По России таких постов -128, а на территории Сибирского федерального округа – 22. До 80% объемов лесоматериалов вывозится железнодорожным транспортом. Места отгрузки лесоматериалов расположены на железнодорожных станциях, которые в ряде случаев находятся на значительном удалении от таможенных постов. Проблему снижения теневого оборота древесины можно решить и через создание «лесных бирж». С их помощью гораздо легче добиться законности вырубки и вывоза древесины, повысить стоимость лесоматериалов и соответственно таможенных и налоговых платежей. Биржевыми торговыми площадками могут быть лесные терминалы, которые работают на территории области (на них, в частности, осуществляется и таможенный контроль). Отсюда и будут вывозить древесину на экспорт. По словам специалистов, переход на торговые биржи позволит организовать лесной рынок и стабилизировать ценовую политику на нем.

Существует и проблема оснащения станций весомым оборудованием для взвешивания вагонов и погрузочно-разгрузочной техникой. Одному таможенному инспектору просто не под силу за короткий срок проверить железнодорожный вагон с лесом или тем более сформированный к отправке состав. Решению данных проблем могла бы способствовать активизация филиалов ОАО «РЖД» по установке в местах таможенного оформления специального оборудования. Данная система позволит осуществлять дистанционный контроль загрузки вагонов и вес перемещаемых в нем товаров в движении.

Должностные лица таможенных органов констатировали, что на экспорт из Иркутской области в основном уходит первоклассный пиловочник. Однако таможенные коды и ставки таможенных платежей на высококачественную древесину и балансы одной породы не различаются. Это создает возможность для махинаций с пересортицей и занижения таможенных сборов и выплат. Рыночная ситуация требует изменения системы кодов ТН ВЭД (товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности). По мнению представителей областной таможни, необходимо ввести индивидуальные коды не только для всех экспортируемых пород, но и для различных сортов и сортиментов экспортируемой древесины.

Подводя итоги, можно сказать, что положительный опыт работы таможенных органов Иркутской области может быть распространен на всей территории РФ. В связи с вышеизложенным, основными направлениями развития лесопромышленного комплекса России в целом должны стать глубокая комплексная переработка древесины и выработка продукции с высокой добавленной стоимостью.

Список литературы

1. Додонкин, Ю.В. Таможенная экспертиза товаров [Текст]: учебник для студентов вузов / Ю.В. Додонкин, И.А. Шебелева. – М.: Академия, 2003. – 272 с.

2. Зиновьева, И.С. Анализ эффективности экономического управления лесным фондом в российских условиях [Текст] / И.С. Зиновьева // Известия Волгоградского государственного технического университета: межвуз. сб. науч. ст. № 14(87). – Волгоград:

ИУНЛ ВолгГТУ, 2011. – (Сер. Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива). Вып. 12). – С. 70-72.

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РФ СОВРЕМЕННОЙ ТЕХНИКОЙ

Дегтерева А.М., Бащев М.С., Зиновьева И.С.

ФГБОУ «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: degterevanastya@gmail.com

Площадь леса в России составляет 8,8 млн км² – это около 22% всех лесных насаждений мира. Как следствие, лесной российский рынок стремительно растет, а вместе с ним растет потребность в лесозаготовительной, лесопожарной и иной технике, которая используется для заготовки, воспроизводства и защиты лесов.

В каком направлении должна развиваться российская лесопромышленная техника, чтобы вывести страну на современный европейский уровень?!

Чтобы ответить на этот вопрос, Федеральным агентством лесного хозяйства было организовано совещание, которое состоялось 15 декабря 2011 года в Санкт-Петербурге. Участниками данного мероприятия были представители разных стран, выпускающие лесопромышленную технику, также ученые и руководители лесхозов. Они тщательно осветили вопросы развития лесохозяйственного машиностроения. Теперь проанализируем их выводы.

Виктор Масляков – руководитель Федерального агентства лесного хозяйства – сделал вывод о слабом использовании отечественной лесной техники в России. И это, действительно, так. Большинство лесопромышленных машин, применяемые в нашей стране, закупаются за рубежом, а именно в Швеции, Финляндии, Белоруссии. Эти страны видят в лице России перспективный рынок сбыта лесохозяйственной техники. Как следствие это приводит к открытию филиалов в нашей стране. В пример можно привести финский концерн Ponsse, который открыл дочернюю компанию в Санкт-Петербурге. Сейчас на российский рынок уходит 17% продукции финского концерна.

А почему молчат отечественные производители? На сегодня, как известно, мы имеем выкупленную подержанную иностранную технику и российские лесные машины прошлого столетия, прошедшие небольшую модернизацию. Нам следует вывести на рынок собственные машины нового поколения, которые могли бы стать конкурентоспособными зарубежной технике по своему качеству и доступной цене. И это будет огромным плюсом в развитии отечественной лесопромышленности!

Пока же российские заводы не могут предложить экономичные, многофункциональные и надежные машины. Александр Мариев – начальник управления лесопользования и воспроизводства лесов Рослесхоза – по этому поводу считает, что экономически нецелесообразно создавать узкопрофильные машины, так как у нас сезонный характер работ и техника, таким образом, будет простаивать под открытым небом. На его взгляд нужно создавать многоцелевые агрегаты, которые будут выполнять множество различных операций. Это вполне возможно по мнению Сергея Занозина – директора Петербургского тракторного завода. Он считает, что такой универсальной машиной для лесного хозяйства может стать тягач К-708. Завод готов сотрудничать с западными партнерами, чтобы выпустить целый набор множественных навесок, которые обеспечат круглогодичное использование тягача К-708. Но, к сожалению, государство не собирается финансировать данный перспективный проект, а ведь подобных замыслов множество!

Наша Воронежская государственная лесотехническая академия непосредственно столкнулась с проблемой пожаротушения лесных массивов. Сейчас сотрудники и студенты академии своими силами создают грунтомет для локализации лесных низовых пожаров. Этот агрегат будет работать намного эффективнее, чем люди с лопатами и в десятки раз экономичнее авиатехники. Вследствие чего он окажется хорошим помощником для сохранности нашего леса от огня.

Необходимо отметить, что в 2011 г. было впервые выделено из федерального бюджета наиболее пострадавшим регионам около 7 млрд. рублей на приобретение противопожарной техники. В число этих регионов входят: Мордовия, Татарстан, Белгородская, Воронежская, Ивановская, Кировская, Московская, Нижегородская, Рязанская, Ульяновская, Владимирская, Липецкая, Тамбовская и Тульская области.

Подводя итоги выше сказанного, хочется надеяться, что Правительство РФ не оставит без внимания лесной фонд нашей страны и будет продолжать оказывать финансовую помощь на развитие отечественного производства лесохозяйственной техники, а также осуществлять контроль за реализуемыми проектами, направленными на воспроизводство и защиту драгоценного леса.

Надежная, многофункциональная, производительная техника – залог успешной работы!

Список литературы

1. Первый лесопромышленный портал [Электронный ресурс] / URL: http://www.wood.ru/ru/lonewsid-40488.html (дата обращения 06.12.2012).

2. Портал машиностроения [Электронный ресурс] / URL: http://www.mashportal.ru/company_news-23129.aspx (дата обращения 06.12.2012).

3. Зиновьева, И.С. Экономические проблемы развития лесного фонда территории [Текст] / И.С. Зиновьева // Актуальные проблемы экономики и права. – 2012. – № 2 (22) апрель-июнь. – С. 36-39.

«ПРОБЕЛЫ» В ЛЕСНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ОХРАНЫ ЛЕСОВ ОТ ПОЖАРОВ

Жданова О.В., Зиновьева И.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: Okcanochka1991@mail.ru

За последние два десятилетия в результате многократных реформ лесного хозяйства Российской Федерации лесное законодательство, в том числе в части охраны лесов от пожаров, претерпевало существенные изменения. Но принципиальные изменения, упразднившие практически полностью предшествующую нормативную базу, произошли в 2007 году, после принятия Лесного кодекса РФ и коренного реформирования лесного хозяйства как отрасли. Это породило множество «пробелов» в законодательно-правовой базе лесных отношений.

На данный момент основными законодательными актами Российской Федерации, определяющими действующую нормативно-правовую базу охраны лесов от пожаров, в рамках лесного законодательства являются:

– Лесной кодекс РФ (2006 г.) (в ред. ФЗ №133-ФЗ от 28.07.2012);

– Федеральный закон от 29.12.2010 № 442-ФЗ «О внесении изменений в Лесной кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (в ред. ФЗ №99-ФЗ от 04.05.2011) (в части введения лицензирования тушения лесных пожаров);

– приказ Рослесхоза от 28.02.2011 № 36 «Об организации охраны лесов от пожаров в 2011 году»;

– Правила пожарной безопасности в лесах, утвержденные постановлением Правительства РФ от 30.06.2007№417 (в ред. Постановления Правительства РФ №1128 от 01.11.2012);

– Постановление Правительства РФ от 25.04.2012 № 390 «Правила противопожарного режима в Российской Федерации» (аналог ранее утвержденных приказом МЧС России от 18.06.2003 № 313 Правил пожарной безопасности в Российской Федерации – ППБ 01-03).

В порядке восполнения «пробелов» федерального законодательства на уровне субъектов РФ также принят ряд законодательных актов в области охраны лесов от пожаров. Они не имеют унифицированного характера. В каждом регионе свой набор нормативно-законодательных актов, но в целом они имеют достаточно близкий подход к решению проблемы лесных пожаров.

Из главных недостатков законодательства федерального уровня необходимо отметить следующее. До 2007 г. охрана лесов от пожаров осуществлялась централизованно в рамках государственной лесной службы и в порядке ведения лесного хозяйства. В 2007 г. Лесной кодекс РФ упразднил централизованную службу охраны лесов от пожаров. Ответственность за охрану лесов была передана в субъекты РФ и осуществлялась в рамках лесохозяйственной деятельности. Субъекты РФ в большинстве оказались не готовы к осуществлению полноценной охраны лесов от пожаров, так как не имели для этих целей ни соответствующих средств, ни кадров, ни иных материально-технических возможностей, особенно для тушения пожаров на территории за пределами эксплуатационных лесов.

Действующее российское законодательство недостаточно четко разграничивает обязанности органов государственной власти, местного самоуправления, собственников и арендаторов (земельных и лесных участков, строений), а также граждан по обеспечению пожарной безопасности. Поэтому не всегда ясно: кто именно отвечает за то, чтобы та или иная природная территория и даже населенный пункт не сгорели?

В целом за пожарную безопасность в стране отвечает Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий (МЧС России). Согласно действующему законодательству, МЧС России отвечает за выработку и реализацию государственной политики в области пожарной безопасности и защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, осуществляет в этой области управление, координацию, контроль и надзор. С какого именно уровня чрезвычайной ситуации к тушению лесных пожаров подключается МЧС России – не совсем ясно. По закону – это должна быть чрезвычайная ситуация федерального уровня. А фактически, с учетом соглашений между МЧС России и регионами, ответственность за ликвидацию чрезвычайных ситуаций межмуниципального и регионального характера (к которым относятся практически любые лесные пожары) возлагается на МЧС России. Соглашения эти имеют не вполне ясный юридический статус. Руководство МЧС России, как правило, отрицает свою ответственность за тушение лесных пожаров.

Региональные органы управления лесами обеспечивают государственный пожарный надзор в лесах (кто и как осуществляет этот надзор определяется на региональном уровне). Меры пожарной безопасности в лесах, не переданных в аренду или постоянное пользование, и тушение лесных пожаров теоретически обеспечиваются или специализированными региональными организациями, или, если таковых нет, организациями, выигравшими право на заключение соответствующего государственного контракта. Фактически таких организаций нет и тушить лесные пожары некому.

Существуют разночтения по поводу того, какова роль арендаторов и других лесопользователей в борьбе с лесными пожарами: соответствующие обязанности у них возникают не немедленно после заключения договора аренды, а только после выполнения целого ряда бюрократических процедур (государственной регистрации договора, составления проекта освоения лесов и прохождения государственной экспертизы этого проекта). Кроме того, арендатор не вправе тушить лесные пожары, так как для этого требуется специальная лицензия. Самодеятельность и инициатива по тушению пожаров со стороны арендатора уголовно наказуемы.

Таким образом, в лесах и на других территориях за обеспечение пожарной безопасности отвечают разные люди и организации, и их действия регулируются разными законами и правилами. Чтобы избежать хаоса на уровне муниципальных районов и регионов, часто составляются планы совместных действий разных органов по борьбе с пожарами. Однако на деле эти планы носят формальный характер и остаются на бумаге. Передача части полномочий в области лесных отношений в субъекты РФ, в том числе охраны лесов от пожаров, ставит перед законодательством целый ряд пока неразрешимых вопросов, вносящих дезорганизацию в предупреждение и тушение лесных пожаров.

Отсутствие четкого разделения компетенции и ответственности субъектов лесных отношений в области мониторинга и тушения лесных пожаров предопределяет постоянное перекладывание на уровень субъекта РФ содержание лесопожарных формирований, средств пожаротушения, ПХС, налога на землю, имущество, недвижимость и т.д.

Большую озабоченность вызывает отсутствие нормативно-правовых актов, регулирующих порядок организации пожарной безопасности и органов, отвечающих за её обеспечение, на землях, не входящих в лесной фонд. Пожары, возникающие на землях запаса, никем не тушатся, противопожарные мероприятия на них не проводятся.

Федеральный закон № 442 вводит лицензирование деятельности по тушению лесных пожаров. Введение данной нормы оставляет лесных пожарных без реальной поддержки со стороны лесопользователей, так как никто не заставит лесопользователя получать лицензию на тушение пожаров (дорого, хлопотно, да и не нужно). Без лицензии лесопользователь не может быть привлечен на тушение лесных пожаров, тем более на смежной территории.

Ни в одном из действующих законодательных актов не прописан порядок привлечения (тем более мобилизации) населения на тушение лесных пожаров. В трактовке нового лесного и гражданского законодательств эта деятельность квалифицируется как незаконная. Никакими действующими нормативно-правовыми актами в области лесных отношений работа с населением в части противопожарной пропаганды и профилактики лесных пожаров, а также экологического воспитания не регулируется и не предусматривается.

Никакими действующими нормативно-правовыми актами в области лесных отношений не пред-

усмотрено информирование населения о состоянии пожарной безопасности на землях лесного фонда, за исключением районов, где объявлена ЧС. Правительство РФ после катастрофических пожаров 2010 г. предпринимает энергичные шаги по совершенствованию лесоохранного законодательства, однако эти инициативы глохнут на местах.

За последние два года Правительство РФ и Рослесхоз утвердили некоторые законодательные акты по борьбе с лесными пожарами.

Однако по-прежнему остаются нерешенными многие направления развития законодательно-правового обеспечения охраны лесов от пожаров.

Список литературы

1. Зиновьева, И.С. Проблемы предупреждения и ликвидации последствий лесных пожаров // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2011. – № 2. – С. 25-28.

2. Forest.RU – Всё о российских лесах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.forest.ru.

3. http://www.rosleshoz.gov.ru.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НЕЗАКОННОГО ЛЕСОПОЛЬЗОВАНИЯ В РФ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Жданова Ю.В., Зиновьева И.С.

ФГБОУ «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: julek256.91@mail.ru

Россия обладает колоссальным в мире лесным потенциалом, который составляет свыше 22% мировой лесопокрытой площади и 21% расчетного мирового запаса древесины. Общая площадь лесных массивов в России составляет 886,5 млн. га, а запасы древесины достигают 80,7 млрд. м^3.

Для России с богатейшими природными ресурсами проблемы, связанные с их незаконным использованием, а также охраной и осуществлением контроля за рациональным использованием ресурсов имеют первостепенное значение.

На современном этапе криминогенная ситуация в лесопромышленном комплексе вызвана рядом экономических и политико-правовых факторов. Важнейшими причинами распространения нелегального лесопользования в РФ являются:

1) низкая заработная плата работников лесохозяйственных предприятий;

2) низкий жизненный уровень населения в лесных поселках, безработица;

3) не полная правовая база лесопользования и ее частое изменение;

4) фактор «безнаказанности» лиц, осуществляющих незаконное лесопользование;

5) отсутствие полного и надлежащего учета и мониторинга заготовки и переработки древесины;

6) устойчивый рост цен древесины на внутреннем и внешнем рынках;

7) неправильная организация лесной охраны, ее неэффективность или отсутствие;

8) недостаточная точность оценки лесных ресурсов.

Преступная деятельность нарушителей маскируется под легальную, и связана с использованием служебных обязанностей большинства злоумышленников. Совершаемые преступления основаны на реализации разработанных схем. Так, зачастую к незаконному лесопользованию оказываются причастны должностные лица лесоохранных структур, что в значительной степени повышает степень общественной опасности совершаемых преступлений.

Основными способами преступлений, совершаемых на всех стадиях производственного цикла в лесопромышленном комплексе являются:

– неправомерное получение права лесопользования по результатам лесных аукционов в ходе незаконного порядка оформления документов;

– оформление документов на заготовку дешевых ресурсов и в небольшом количестве, в итоге с помощью подкупа должностных лиц происходит присвоение большей площади леса ценных пород;

– незаконная вырубка. Совершается без соответствующего разрешения или с нарушением условий места, объема или сорта вырубленных деревьев. Такие преступления, помимо причинения существенного материального ущерба, создают предпосылки для угрозы экологической безопасности;

– незаконная предпринимательская деятельность;

– хищения и присвоения, большинство из которых связаны с использованием служебного положения в корыстных целях и легализацией незаконно полученных доходов;

– подкуп сотрудников полиции, охраняющих лесные дороги, а также лесников;

– оформление незаконного получения средств из бюджета в качестве возмещения НДС;

– преднамеренное банкротство;

– невозвращение из-за границы средств в иностранной валюте;

– недекларирование или недостоверное декларирование;

– уклонение от уплаты налогов. Это происходит путем уклонения от постановки на учет в налоговом органе или нарушения правил учета объектов налогообложения и др.

В целях решения острой проблемы незаконного лесопользования в российском лесном секторе и улучшения криминогенной ситуации в отрасли необходимо использовать ряд мероприятий, направленных на изменение сложившегося положения.

Прежде всего, очень важно изменить и усовершенствовать законодательство путем разработки законопроектов, которые определили бы порядок организации лесопользования с учетом соблюдения интересов государства. Необходимо ввести обязательную сертификацию лесных ресурсов, а также лицензирование деятельности, связанной с переработкой и реализацией лесопродукции. Для стабилизации обстановки в лесной отрасли целесообразно усилить контроль за заготовкой, переработкой и реализацией лесопродукции.

Для того чтобы не допустить получение неконтролируемого дохода лицами, реализующими изъятые лесопродукты, следует предусмотреть комиссионную оценку стоимости изъятых лесных ресурсов и брошенной древесины с участием независимого эксперта.

Государству необходимо, в первую очередь, заботиться о своем населении, создавать благоприятные условия их существования, бороться с безработицей и создавать стимулы для плодотворной и правомерной деятельности, а также повысить ответственность за незаконное пользование лесными ресурсами. Только путем осуществления взаимосвязанного комплекса различных мероприятий удастся добиться быстрого сокращения объемов нелегального лесопользования в РФ.

Список литературы

1. Обыденников, В.И. Незаконное лесопользование в РФ, его экономические последствия и пути их преодоления [Текст] / В.И. Обыденников // Лесной Вестник. № 4/2012. – М., 2012. – С. 182-190.

2. Лесной Кодекс РФ от 04.12.2006 г. в ред. №133-ФЗ от 28.07.2012 г.

3. Зиновьева, И.С. Анализ эффективности экономического управления лесным фондом в российских условиях [Текст] / И.С. Зиновьева // Известия Волгоградского государственного технического университета: межвуз. сб. науч. ст. №14 (87). – Волгоград: ИУНЛ_ВолгГТУ, 2011. – (Сер. Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива). Вып. 12). – С. 70-72.

ЛЕСНОЙ КОМПЛЕКС КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Животягина Н.А., Зиновьева И.С.

ФГБОУ «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: tyska-91@mail.ru

Лесной комплекс в соответствии с классификацией отраслей и структурой промышленности входит в перечень восьми основных промышленных комплексов страны и представляет собой интегрированную систему лесозаготовительной, лесохимической, деревообрабатывающей (лесопиление, производство древесных плит, фанеры, строительных деталей, деревянное домостроение), мебельной, целлюлозно-бумажной подотраслей и лесного машиностроения, и он является одним из стратегических секторов экономики страны.

Актуальность данной статьи состоит в том, что в настоящее время Россия обладает огромными запасами лесосырьевых ресурсов, но по тем или иным причинам не может выгодно их реализовать. Экономический потенциал лесного сектора при правильном использовании лесов и его продукции, по прогнозу ученых, может достигнуть, как минимум, 100 млрд. долл. США.

Однако Россия, являясь крупнейшей лесной державой мира, значительно отстает от других стран мира по основным экономическим, техническим показателям использования леса и производству продукции из древесины. По уровню производства и потребления основных видов лесопродукции Россия уступает всем промышленным развитым и многим развивающимся странам, при этом многие виды лесопродукции завозятся из-за рубежа. Россия является крупнейшим в мире экспортером необработанного сырья, а выход готовой продукции из одного кубометра заготовленной древесины (продукты высоко добавленной стоимости) в нашей стране самый низкий среди лесопромышленных стран, так в США – 570-700$, Финляндии – 400-500$, России – 70$.

Свободных запасов лесных ресурсов в мире для заготовки и переработки становится все меньше. Европа и Северная Америка практически приблизилась к верхнему пределу использования расчетного годового прироста леса. В этих условиях представляется редкая возможность значительно увеличить участие России в мировом товарообмене за счет производства лесобумажной продукции глубокой переработки с помощью инновационных технологий. Дальнейшее социальное развитие страны также требует роста потребления социально значимой продукции из древесины. В настоящее время потребление бумаги и картона в России в 15 раз ниже, чем в США и в 2 раза ниже, чем в Китае; мебели производится в 20 раз меньше, чем в Европейском сообществе. Не соответствует мировому уровню развитие деревянного домостроения, являющегося основой качественного и доступного всем слоям населения жилья (США – 85%, Финляндия – 80%, Россия – 9-11%).

Не смотря на это, страна продолжает продавать за рубеж круглую древесину – практически сырье, к которому не приложен интеллект и интеллектуальный труд. К нашему древесному сырью интеллект прикладывает Запад, богатеет на этом и всеми силами и способами пытается доказать, что России не нужна сильная наука. Сохранение таких тенденций необратимо приводит к снижению роли и места лесного сектора в политике страны, к активному вытеснению России с мировых позиций в области импорта лесобумажной продукции, продукции глубокой механической, химической и энергетической переработки древесины. Такое положение дел является следствием многих причин и ошибок, допущенных в системе управления лесным комплексом на разных этапах его развития. Одной из причин является несовершенная структура и управление производством, его научным и кадровым обеспечением.

Несовершенная структура производства в лесопромышленном комплексе во многом определяет и низкую эффективность лесного экспорта, в котором преобладают поставки необработанного круглого леса и пиломатериалов, реализуемых по ценам значительно ниже среднемировых. В 2005 г. экспорт круглого леса составил 48 млн м^3, в том числе в страны дальнего зарубежья – 47 млн м^3. Объем экспорта круглого леса в страны дальнего зарубежья превысил уровень 1990 г. в 2,6 раза. Из 22,5 млн м^3 пиломатериалов – 15,4 млн м^3, или 68%, отправлено на экспорт. В структуре валютной выручки (табл. 1) доля необработанной древесины и пиломатериалов составила в 2005 г. 58,1%, в то время как на долю целлюлозно-бумажной продукции пришлось 28,6%, в том числе на бумагу и картон – 18,3%. Из-за несовершенства структуры производства, ее несоответствия потребностям внутреннего рынка приходится покрывать дефицит лесобумажной продукции за счет поставок по импорту. В структуре импорта основное место занимает продукция глубокой переработки. На долю бумаги, картона и изделий из них в общем объеме импорта в 2005 г. приходилось более 65% и 25,7 % – на мебель, т.е. на продукцию конечного потребления.

Таким образом, наиболее важной системной проблемой в развитии лесного хозяйства, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности, сдерживающей устранение структурных ограничений экономического роста, следует считать низкий уровень лесопользования и недостаточное развитие высокотехнологичных производств по глубокой механической, химической и энергетической переработке древесного сырья. С данной проблемой связана зависимость экономики страны от импорта высококачественной лесобумажной продукции.

Все вышеназванные проблемы можно решить на основе программно-целевых методов с активным использованием частно-государственного подхода к реализации приоритетных инвестиционных проектов по глубокой переработке древесины.

В том случае, если данные проблемы будут решены, лесной комплекс будет иметь неплохие перспективы развития. Необходимо провести оценку доступных лесных ресурсов в региональном разрезе и составление балансовых расчётов по увязке прогнозируемых объёмов производства с запасами леса и его качественными характеристиками. Структуру размещения предприятий необходимо оптимизировать. Новые производства должны развиваться преимущественно в лесодостаточных районах европейской части России, Сибири и Дальнего Востока. При этом рост объемов бумаги, картона и других видов лесной продукции с высокой добавленной стоимостью должен быть обеспечен, с одной стороны, за счет модернизации и технического перевооружения уже существующих предприятий. С другой стороны, учитывая высокую емкость растущих потребительских рынков. Таким образом, наряду с учётом распределения ресурсов и мощностей по географическим и экономическим районам нашей страны, во главу стратегического планирования надо поставить потребности внутреннего и внешних рынков сбыта лесобумажной продукции.

Ожидаемыми социально-экономическими результатами могут стать:

– непрерывное, неистощительное лесопользование;

– улучшение структуры внешнеторгового оборота;

– увеличение налоговых поступлений в федеральный и региональный бюджеты.

Список литературы

1. Кондратюк, В.А. Знания, наука и технологии обеспечат будущее лесного комплекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.slaviza.ru/economika/413-znaniya-nauka-i-tehnologii-obespechat-buduschee-lesnogo-kompleksa.html. – Загл. с экрана.

2. Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/2012/VSF_NEW201204041439/VSF_NEW201204041439_p_009.htm. – Загл. с экрана.

НЕЗАКОННЫЙ ОБОРОТ ДРЕВЕСИНЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Жукова А.С., Зиновьева И.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: anna_zhukova1992@mail.ru

Незаконный оборот древесины в Российской Федерации приобрел угрожающие масштабы. Экспорт леса и лесоматериалов относится к числу наиболее криминогенных сфер внешнеэкономической деятельности.

Объем теневого сектора лесопромышленного комплекса, несмотря на проводимые правительством в данном направлении работы по разработке инструментов пресечения нелегального оборота лесопродукции, не уменьшается. Незаконные рубки являются одной из самых острых проблем российского лесного сектора. По различным данным, на них приходится от 10 до 35% всей лесозаготовки в стране. В отдельных регионах России нелегальная заготовка древесины, либо сомнительное ее происхождение, не подтвержденное официальными документами, достигает 50%.

Незаконная рубка лесов и нелегальный оборот заготовленной древесины наносят огромный ущерб экономике, ухудшают имидж лесной промышленности России и иностранных государств – потребителей российского круглого леса. Коррупция, нелегальные рубки и торговля нелегально заготовленной древесиной широко распространены в стране, но особенно актуальны для приграничных районов северо-запада, Восточной Сибири и Дальнего Востока. Основной потребитель такого леса – Финляндия и Китай.

Проследить движение леса и определить стоимостные, количественные и качественные оценки от его вырубки, заготовки и транспортировки до таможенного оформления и вывоза за пределы таможенной территории России не представляется возможным в силу отсутствия координации действий между контролирующими органами. Необработанный лес фактически бесконтрольно вывозится за рубеж.

Главной же причиной незаконных рубок всегда была и остается бедность и нищета людей в лесных деревнях и поселках, и как следствие, безработица. Чаще всего людей толкает на различные правонарушения, в том числе незаконные рубки, неспособность найти законные способы, чтобы прокормить себя и семью, и отсутствие у них средств на переселение в более благополучное место. Ни одна страна в мире не искоренила незаконные рубки, не преодолев бедность сельского населения, сколь бы жесткими наказания за эти правонарушения ни были.

К вышеуказанному следует добавить такие причины, как: устойчивый рост на древесину, невыполнимые или противоречивые требования лесного законодательства, коррупция на местах и недостаток или отсутствие контролирующих органов (данная проблема значительно подавляет развитие законного лесного бизнеса и способствует все большему развитию незаконного).

Также одной из немаловажных причин неблагополучной ситуации в лесопромышленном комплексе является функционирование в данной сфере организованных преступных групп, лидеры которых проявляют к деятельности предприятий лесной и деревоперерабатывающей промышленности повышенной интерес, который обусловлен большой ликвидностью продукции. На предприятиях, находящихся под их контролем, повсеместно скрываются объемы лесозаготовок и выручка от реализации неучтенной продукции.

Наличие проблем в организации и осуществлении лесопользования в России во многом связано с отсутствием действенного контроля и комплексной системы мониторинга.

Решить проблему с незаконным оборотом древесины пытаются непосредственно на региональных уровнях.

Несмотря на активную борьбу с незаконной рубкой леса и нелегальным оборотом древесины, значительными сохраняются объемы незаконно заготовленной древесины в Иркутской области (265,8 тыс. куб. м), Красноярском (145,1 тыс. куб. м), Пермском (82,9 тыс. куб. м) краях, Свердловской (79,6 тыс. куб. м), Архангельской (75,6тыс. куб. м) областях, Приморском (61,0 тыс. куб. м), Хабаровском (53,4 тыс. куб. м) краях. Положительные результаты по снижению объемов незаконных рубок наблюдаются в Брянской, Владимирской, Костромской, Ярославской, Смоленской, Ленинградской, Вологодской, Ульяновской, Кировской, Амурской, Нижегородской и других областях.

Что касается Воронежской области, то здесь попрежнему самая высокая доля экологических преступлений приходится на незаконную рубку леса, и объем данных правонарушений имеет тенденцию к росту.

Действенного механизма государственной политики в сфере борьбы с незаконным оборотом леса и лесоматериалов до настоящего времени не выработано. Правоохранительные органы продолжают фиксировать лишь отдельные элементы преступной деятельности, без исследования всего пути оборота нелегальной древесины, не выявляя причины и условия, способствующие возникновению криминального бизнеса.

Таможенный контроль за вывозом лесоматериалов малоэффективен, носит в основном формальный характер и основывается на сопоставлении сведений в грузовых таможенных декларациях и документах, представляемых в таможенные органы участниками внешнеэкономической деятельности.

Из-за отсутствия технических возможностей российская таможенная служба не в состоянии обеспечить действенный контроль и проверку легальности оборота экспортируемой лесопродукции. Это связано с тем, что до настоящего времени в обязательный пакет внешнеэкономической сделки с древесиной вообще не входят документы, подтверждающие легальность нахождения ее в обороте.

Выявлено, что отсутствие единой информационной государственной системы учета поставляемых на экспорт лесоматериалов от их вырубки до таможенного оформления препятствует проведению эффективного государственного контроля экспорта лесоматериалов, приводит к неоправданным трудовым, финансовым и временным затратам при проведении контрольных мероприятий как со стороны контроли-

рующих органов, так и со стороны участников внешнеэкономической деятельности.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о необходимости разработки правовых основ государственной политики в сфере оборота круглых лесоматериалов, а также в области противодействия их незаконному обороту в целях рационального использования лесов, защиты прав и законных интересов граждан, экономических интересов.

Действенное функционирование государственной системы контроля законности заготовки и оборота круглых лесоматериалов позволит с одной стороны, противостоять обороту незаконно заготовленных лесоматериалов и снизить негативные процессы, связанные с вывозом круглого леса за границу, с другой стороны улучшить инвестиционный климат в области лесопереработки в Российской Федерации.

Список литературы

1. Всемирный Фонд Дикой Природы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.wwf.ru/

2. Зиновьева, И.С. Оценка использования ресурсного потенциала лесов на территории Воронежской области // Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – № 10(241)-март. – С.24-30.

3. Лесной Кодекс РФ от 04.12.2006 г. в ред. №133-ФЗ от 28.07.2012 г.

ЛИЗИНГ В ЛЕСНОМ КОМПЛЕКСЕ

Кобзева Н.Г., Зиновьева И.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: kobzeva1991@mail.ru

Финансовый лизинг в целом сегодня стал востребованным и эффективным инструментом обновления основных производственных фондов компаний реального сектора экономики. Несмотря на замедление темпов роста российского лизингового рынка, он растет существенно быстрее европейского. Темпы прироста новых сделок в 1 полугодии 2012г. составили 20,2%. При этом львиная доля сделок приходится на авиационный транспорт, железнодорожную технику, легковой и грузовой автотранспорт, строительную технику, машиностроение. Деревообрабатывающее оборудование составляет лишь 0,26% от объема вновь заключаемых лизинговых сделок, лесозаготовительное оборудование и лесовозы − 0,23%, оборудование для производства бумаги и картона − 0,08%. Текущее изменение по сравнению с показателями предыдущих лет незначительное. Такое положение связано в первую очередь с особенности бизнеса компаний лесной отрасли, рисками для лизинговых компаний, сопровождающими сделки.

Согласно данным Росстата, объем лесозаготовок в России сократился на 30,1%, производства целлюлозы − на 19%, бумаги − на 6%, картона и упаковки − на 9%. Особенно резким было падение рынка в первом полугодии 2009 года: по отдельным видам продукции лесопереработки был зафиксирован спад объемов производства по сравнению с 2008 годом на 15–70%, примерно на 30–40% снизились и цены. При этом уровень изношенности основных фондов лесной отрасли достаточно велик − по оценкам специалистов, он достигает 65%, что говорит о необходимости широкомасштабного технического перевооружения производства и внедрения новых технологий.

Техническое перевооружение предприятий лесной промышленности позволяет гибко и своевременно модернизировать производство, внедрять передовые технологии, более эффективно использовать все ресурсы производства. Основными источниками инвестиций для компаний могут быть собственные средства или заемные − иностранные и отечественные. Есть еще и третий источник − лизинг. Однако лизинговые компании не спешат расширять свой бизнес в этом сегменте.

Один их основных рисков, с которым лизинговые компании связывают деятельность фирм, работающих в лесной отрасли, заключается в непрозрачности бизнеса последних. Руководствуясь показателями официальной бухгалтерской отчетности, лизинговой компании сложно оценить реальное финансовое положение потенциального лизингополучателя. Минимизируя этот риск, лизингодатели, как и любой банк, требуют от клиентов представить дополнительное обеспечение по сделке. В качестве такового может быть как поручительство компании с достаточными для осуществления основной деятельности и покрытия лизинговых платежей оборотами (причем работающей в понятной для лизингодателя отрасли), так и залог движимого и недвижимого имущества.

Следующий риск заключается в недоступности объекта лизинга для собственника, особенно если объектом лизинговой сделки является лесозаготовительная техника и оборудование. В данном случае речь идет не только о невозможности его изъятия у лизингополучателя в случае возникновения такой необходимости, но даже и о невозможности проведения элементарной инвентаризации имущества, проверки его технического состояния. Зачастую такая техника просто недосягаема для собственника (лизинговой компании). Даже используя современные технологии, обеспечивающие контроль местонахождения имущества (спутниковые системы обнаружения и контроля), лизинговые компании могут столкнуться с ситуацией, когда вывоз техники с места фактической эксплуатации окажется экономически неэффективным и нецелесообразным.

Одним из основных условий договоров лизинга является обеспечение нормального технического состояния имущества лизингополучателем, осуществление текущего и капитального ремонта этого имущества. А лизингополучатель не всегда способен обеспечить такой ремонт в должной степени. Ведь мало технику приобрести, надо еще научиться на ней работать.

В силу вышеприведенных обстоятельств реализация названных сделок уже на первоначальном этапе осуществляется с повышенными рисками. В частности, путем не только дополнительного обеспечения, но и по более высоким лизинговым ставкам, в которые закладывается компенсация возможных потерь, с большим авансовым платежом. Учитывая высокую капиталоемкость большинства таких лизинговых сделок, лизингодатели в большинстве случаев предпочитают перестраховаться и просто не берут на себя такие риски.

В деятельности компаний лесной отрасли немаловажное значение имеет фактор сезонности. И даже если в графиках лизинговых платежей он был учтен, не всегда это помогает избежать рисков. Дело в том, что в случае возникновения проблем в бизнесе клиента (лизингополучателя) и образования просроченной задолженности, для ее погашения в большинстве случаев приходится дожидаться следующего сезона, что для лизинговой компании означает дополнительные финансовые потери. И какие бы действия не предпринимала лизинговая компания, она не сможет не только получить лизинговые платежи, но и вернуть свою технику.

Для того чтобы лизинговая компания могла эффективно работать в названном сегменте, ее специалистам необходимо разбираться не только в лизинге как в финансовом инструменте, но и в особенностях лесной отрасли, а также обладать достаточной ин-

формацией о текущей ситуации в ней, располагать хорошим административным ресурсом.

Последней тенденцией развития рынка лизинга, как и в большинстве других отраслей, стало появление компаний с государственным участием, основной задачей которых является реализация государственных программ и обновление основных фондов фирм, работающих в отдельных отраслях экономики. Специалисты лизингового рынка предполагают, что стоит ждать появления лизинговой компании, специализирующейся на работе с клиентами из лесной отрасли.

Для государства финансовое поощрение в лесном секторе посредством лизинга служит стимулом капитальных вложений в важнейшие отрасли производства. Это может привести к увеличению продаж новой лесозаготовительной и лесоперерабатывающей техники, обновлению парка оборудования предприятий, стимулированию внедрения достижений научно-технического прогресса, повышению производительности труда и росту эффективности экономики в целом.

Отдельно остановимся на таком факторе, как информированность компаний лесной отрасли о лизинге, его использовании и предложения лизинговых компаний. Эксперты отмечают, что лесопромышленники часто не очень хорошо информированы о лизинговых услугах. Предприятия мало знакомы с возможностями, достоинствами и нюансами лизинговых сделок. Жесткие требования к качеству продукции, существующие на рынке, заставляют производителя приобретать дорогостоящее оборудование высокого класса. Предприятиям среднего и малого бизнеса приобрести дорогое высококлассное оборудование, заплатив за него всю сумму сразу, без каких-либо отсрочек, довольно затруднительно. В данном случае финансовый лизинг может стать эффективным финансовым инструментом для реализации таких проектов, оптимизируя финансовые потоки и снижая налоговую нагрузку для предприятий ЛПК. Для лесозаготовителей сотрудничество с лизинговыми компаниями сейчас выгодно, поскольку в соответствии с Налоговым кодексом лизинговые платежи, а также дополнительные услуги лизинговой компании в полном объеме включаются в расходы. При этом допускается использование коэффициента ускоренной амортизации. В результате у лизингополучателя уменьшается размер налогооблагаемой прибыли, сокращаются расходы по налогу на имущество.

В перспективе лизинговые операции должны стать одним из основных источников финансирования инвестиционной деятельности в лесопромышленном комплексе России, применяемых для обеспечения предприятий отрасли лесозаготовительной техникой и деревообрабатывающим оборудованием на условиях долгосрочной аренды. При этом необходимо в целях активизации инвестиционной деятельности ЛПК и предоставления дополнительных гарантий потенциальным инвесторам создать в каждом лесном регионе или структурном подразделении, курирующим лесопромышленный комплекс, государственную или уполномоченную лизинговую компанию. Указанная компания, участвуя в лизинговых поставках техники и оборудования для предприятий конкретного региона, могла бы взять на себя не только роль посредника и гаранта сделки между продавцом и покупателем, но и обеспечить государственный контроль за использованием лесопромышленными предприятиями в лизинг технических средств. Это, в конечном итоге, будет способствовать более эффективному развитию всего лесопромышленного комплекса.

Список литературы

1. Васильев, Н.М. Лизинг как механизм развития инвестиций и предпринимательства : учебное пособие [Текст] / Н. М Васильев. – М.: ДеКа, 2005. – 280 с.

2. Зиновьева, И.С. Анализ эффективности экономического управления лесным фондом в российских условиях [Текст] / И.С. Зиновьева // Известия Волгоградского государственного технического университета: межвуз. сб. науч. ст. №14(87). – Волгоград: ИУНЛ ВолгГТУ, 2011. – (Сер. Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива). Вып.12). – С. 70-72.

РАЗВИТИЕ ЛЕСНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ

Концелидзе Н.А., Зиновьева И.С.

ФГБОУ «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: adidas31@mail.ru

Своевременное состояние лесной промышленности Российской Федерации включает в себя несколько технологически связанных между собой отраслей – лесозаготовительную, деревообрабатывающую, целлюлозно-бумажную и лесохимическую. Доля лесной промышленности в общем объме производства продукции и экспорта состовляет более 4 процентов.

Из-за недостаточного развития мощностей по глубокой перерработке древесины структура лесопромышленного производства несовершена, значительная часть древесины не находит применения. Заготовленная древесина преимущественно используется в круглом виде и для лесопиления. Из 1куб.метра заготовленной древесины в России производится в 3-4 раза меньше продукции глубокой переработки, чем в развитых странах.

К основным факторам, сдерживающим развитие лесной промышленности, относятся:

– низкий технический уровень производства;

– высокая степень износа основных производственно-промышленных фондов;

– недостаточный объем инвестиций в основной капитал;

– отсутствие во многих регионах России мощностей по глубокой переработке древесины;

– специфика лесозаготовительного производства, обусловленная географическими и природными условиями;

– недостаточное количество лесных дорог круглогодичного действия;

– увеличение доли затрат на энергетические ресурсы и железнодорожные тарифы в себестоимости лесобумажной продукции;

– расходование значительных средств на содержание объектов социальной сферы, находящихся на балансе градообразующих организаций.

Россия является ведущим мировым экспортером древесного сырья. Доля необработанной древесины в структуре российского экспорта составляет около 40 процентов. В то же время на внешнем рынке пиломатериалов и продукции глубокой переработки древесины Россия представлена незначительно.

Важнейшим для российской лесобумажной продукции остается рынок стран СНГ. В настоящее время экспорт в страны СНГ не превышает 0,3 млрд. долларов США, но сохраняется значительный потенциал на перспективу.

Основные меры, способствующие развитию отрасли, будут направлены на:

– совершенствование лесного законодательства с целью создания условий для повышения инвестиционной активности;

– реструктуризацию лесопромышленного комплекса, обеспечивающую повышение эффективности его функционирования;

– осуществление эффективной внешнеторговой политики;

– активизацию инновационной деятельности;

– совершенствование стандартизации и сертификации лесобумажной продукции;

– содействие развитию системы финансового лизинга техники, используемой в лесопромышленном комплексе;

– гармонизацию ряда национальных технических стандартов, используемых в лесной промышленности, с международными стандартами;

– содействие реализации инвестиционных проектов, осуществляемых на территории Российской Федерации, в том числе с участием иностранных инвесторов;

– включение важнейших научно-исследовательских работ, ориентированных на создание новых высокоэффективных производств лесобумажной продукции, в действующие и разрабатываемые федеральные целевые программы;

– стимулирование строительства индивидуальных жилых домов, в том числе с использованием механизмов системы долгосрочного ипотечного жилищного кредитования;

– разработку единой методологии, обеспечивающей взаимную увязку различных форм статистической отчетности.

Развитие промышленности и строительного сектора в совокупности с ростом реальных доходов населения будет способствовать увеличению спроса на все виды лесобумажной продукции на российском рынке.

К 2015 году прогнозируется значительное увеличение объемов продаж лесобумажной продукции на внутреннем рынке. В этот период в большей степени будут востребованы высококачественная бумага для полиграфической промышленности, упаковочная, санитарно-гигиеническая и офисная бумага, улучшенные изделия из бумаги и картона, разнообразная мебель, высококачественные виды листовых материалов, столярных изделий, а также широкий ассортимент лесохимической продукции.

Применение машинных технологий в лесозаготовительной промышленности возрастет к 2015 году – до 70-75 процентов и достигнет уровня, существующего в развитых лесопромышленных странах.

Осуществление мер, предусмотренных основными направлениями развития лесной промышленности, позволит увеличить лесобумажной продукции в соответствии с потребностями отечественной экономики, качественно улучшить структуру товарной продукции, повысить эффективность и конкуркнтоспособность отрасли, обеспечив ей достойное место на мировом рынке лесобумажной продукции. Реализация основных направлений развития лесной промышленности позволит создать условия для эффективного развития смежных отраслей.

Список литературы

1. http://www.minpromtorg.gov.ru/industry/wood.

2. http://www.lesopromyshlennik.ru/business/str_lk.

3. Зиновьева, И.С. Современные пути устойчивого развития лесного сектора в России [Текст] / И.С. Зиновьева // Современные направления теоретических и прикладных исследований – 2008: сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции. Том 10. Экономика. – Одесса: Черноморье, 2008. – С. 73–75.

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИОРИТЕТНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ОБЛАСТИ ОСВОЕНИЯ ЛЕСОВ

Майорова Н.В., Зиновьева И.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: vip-po4ta@mail.ru

Лесной комплекс России представляет собой совокупность видов экономической деятельности от создания лесных насаждений и заготовки круглых лесоматериалов (как результат рубки спелой древесины) до производства пиломатериалов, бумаги, картона и других видов продукции глубокой механической и химической переработки древесного сырья. Значительна его роль в экономике страны (на его долю приходится более 6% валовой продукции, 12% доходной части государственного бюджета), тем не менее со стороны государства ему уделялось недостаточно внимания по сравнению с другими секторами экономики, связанными с использованием и воспроизводством природных ресурсов и, как следствие, остаточный принцип в инвестировании его развития не позволяет в полном объеме создать современную техническую базу в лесной, деревоперерабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности. Поэтому требуется усиление государственного регулирования инвестиционной деятельности в области освоения лесов.

Одним из направлений этой деятельности было принятое постановление Правительства РФ от 30 июня 2007 г. №419 «О приоритетных инвестиционных проектах в области освоения лесов» (с изменениями от 1 ноября 2012 г.). В настоящее время в перечень приоритетных включено 63 проектов с объемом заявленных инвестиций 411,8 млрд. руб. и объемом перерабатываемого сырья 72,0 млн. куб. м. Сроки строительства объектов и ввода их в действие предусмотрены в ближайшие 10 лет, начиная с 2009. В первые четыре года (2009-2012) должно реализовываться по 9 проектов, затем по 8 (2012-2013), пять проектов – в 2015, три в – 2017 и по одному – в 2016 и 2018гг.

Источниками финансирования предусмотрены:

– собственные средства предприятий лесного сектора – 26%;

– заемные средства – 69%;

– государственная поддержка – 5%.

В табл. 1 рассмотрены объемы конечной продукции, предусмотренные к выпуску при реализации приоритетных инвестиционных проектов.

Таблица 1

Объемы конечной продукции, предусмотренные к выпуску при реализации приоритетных инвестиционных проектов

Вид продукции	Всего	В том числе по годам				
		2008-2009	2010-2011	2012-2013	2014-2015	2016-2018
Пиломатериалы, тыс. м^3	6250,8	772,6	1003,2	2112,6	2246,4	116
Клееный брус, тыс. м^3	542,7	60,1	88	120,6	179	95
ДСП, тыс. м^3	1108	558	140	150	260	-
Шпон, тыс. м^3	594,3	30,3	452	-	37	65
Бумага, тыс. т	1507	-	-	412	950	145
Картон, тыс. т	1274	-	-	1274	-	-
Паркет, тыс. м^2	2146	-	-	1857	100	189
Поддоны, тыс. шт.	1582,2	1200	140	143	99,2	-
Столярные и другие изделия, тыс. м^3	669,9	150,6	319	140	60,3	-

Следует отметить, что производимая продукция, согласно выполненным маркетинговым исследованиям, будет пользоваться повышенным спросом как на внешнем, так и внутреннем рынках.

Реализация проектов в области освоения лесов требует больших объемов инвестиций, прежде всего, направляемых на создание и расширение производственных мощностей, реконструкцию действующего производства, а также в социальную сферу, связанную с ростом квалификации работников, их здравоохранением и культурно-бытовым обеспечением [3, с. 35].

Была выполнена группировка проектов по объемам инвестиций, результаты которой приведены в табл. 2.

Таблица 2

Группировка проектов по объемам инвестиций и источникам финансирования

Объемы инвестиций, млн. руб.	Кол-во проектов	В том числе по источникам финансирования			Срок окупаемости инвестиций
		Собственные средства	Заемные средства	Гос. поддержка	
До 500	13	6	11	1	2,8-7,8
501-1000	10	9	10	-	4-6,9
1001-3000	21	16	16	2	3,7-8
3001-5000	4	3	6	-	4,2-7,2
5001-15000	8	8	8	1	5-10
15001-30000	2	-	2	-	5,3-7,1
30001-45000	1	1	1	-	8,4
45001-60000	1	1	1	-	10
60001-75000	2	1	2	1	9-13,5
Итого	63	45	57	5	-

Как видно из таблицы, преобладают проекты, объемы инвестиций у которых не превышают 3 млрд. руб. Крупных проектов – всего 3, где объемы инвестиций превышают 30 млрд. руб. [2, с. 53].

Анализ источников финансирования показал, что большинство проектов основываются на использовании как собственных средств, так и заемных преимущественно у частного бизнеса. Государственная поддержка имеется только у пяти проектов, причем в незначительных объемах (12,34 млрд. руб., что соответствует 5% от общего объема инвестирования). Сроки окупаемости капитальных вложений анализируемых приоритетных проектов низкие и составляют 5-6 лет.

Экономический механизм частно-государственного партнерства в области создания лесоперерабатывающей инфраструктуры должен совершенствоваться, путем решения следующих задач: повышения инвестиционной привлекательности лесных регионов, определение порядка действий в случае, когда два или более инвестора претендуют на один и тот же лесной участок или когда заявителю требуются лесные участки, расположенные в различных субъектах федерации. Приход инвестиций в отрасль позволит сделать качественный скачок в использовании лесов и, соответственно, повысить уровень ведения лесного хозяйства.

Список литературы

1. Зиновьева, И.С. Экономические проблемы развития лесного фонда территории // Актуальные проблемы экономики и права. – 2012. – № 2 (22) апрель-июнь. – С.36-39.

2. Кондратюк А.В. Инвестиционная привлекательность лесопромышленного комплекса России // Лесной экономический вестник. – 2007. – № 4. – С. 51-55.

3. Тюрин А.Е. Экономический анализ приоритетных инвестиционных проектов в области освоения лесов // Лесной экономический вестник. – 2009. – № 4. – С. 32-36.

МОДЕЛИ ВОСПРОИЗВОДСТВА ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ И ИХ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА

Мамадалиев Д.Д., Зиновьев И.С.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: dima_1011.90@mail.ru

Воспроизводство является системообразующим понятием, определяющим не только логическую взаимосвязь проблем экономики, но и методологическую основу для их решения. Оно представляет собой постоянно повторяющийся или непрерывно возобновляющийся в последовательно сменяющихся стадиях (производство, обмен, распределение, потребление) процесс общественного хозяйства.

Воспроизводство осуществляется в разных масштабах (простое, или неизменное, расширенное и суженное) и на разных уровнях – от локального (фирма, местный рынок) до регионального, национального и глобального (мировой рынок). Все уровни воспроизводства (микро-, мезо- и макро-) взаимообусловлены и составляют единый воспроизводственный организм.

Если обратим внимание на особенности воспроизводства в лесном хозяйстве с учетом специфики этой отрасли, заметим, что по взглядам на процесс воспроизводства в лесном хозяйстве среди экономистов существует раскол на сторонников лесной ренты и сторонников земельной ренты. Противостояние этих двух взглядов продолжается уже полтора столетия. Причина раскола в своей основе элементарно проста и объясняется различием взглядов на модели воспроизводства лесных ресурсов.

Сторонники лесной ренты рассматривают воспроизводство на основе организации непрерывного неистощительного пользования лесом (ННПЛ), являющегося главным требованием к лесному хозяйству, закрепленному теперь на законодательном уровне в России и в других странах мира. Приверженцы земельной ренты свою модель воспроизводства строят на основе периодического пользования лесом, т. е. одноразовой вырубки леса за весь его оборот рубки. Первая концепция базируется на достаточно крупной совокупности лесных участков, которая обеспечивает организацию ННПЛ. Вторая базируется на одном участке леса, на базе которого исключена возможность организации ННПЛ.

Исторически вторая концепция появилась для мелких частновладельческих лесов (от несколько гектаров до несколько десятков), которые преобладали на ранней стадии капитализма, когда еще не было ассоциаций частновладельческих лесов, возникшей во второй половине XX столетия. По существу, сторонники второй концепции выражают взгляды мелких

частных лесовладельцев. Владелец мелкого участка леса не мог, да и не имел возможности организовать непрерывное ежегодное пользование своим лесом, а при устраивающей его конъюнктуре рынка или из-за крайней нужды вырубал его сразу целиком и решал, стоит ли ему вообще занимать этот участок под лес или же лучше перевести его под другой вид землепользования (пашни, выгоны, сенокосы, и т. д.), который обеспечит ему большую доходность или наибольший процент на вложенный капитал.

Такая система взглядов с позиции «голой земли» обычно приводила к двум альтернативам: леса исчезали навсегда (тем более строгих лесоохранных законов раньше не было или они не работали) или же высокоствольные леса заменялись низкорослыми (низкоствольными) с короткими оборотами рубки. Оба варианта в разных сочетаниях имели место во всех странах мира, в том числе и в России. Мелкие частновладельческие леса использовались под сельскохозяйственные угодья или же превращались в мелкотоварные леса с короткими оборотами рубок. Для России, где частновладельческие леса преобладали в среднем и южной полосах европейской части, за счет их сводки лесистость сократилась в 2-3 раза, а остатки напоминали, лишь заурядные черты инвалида и заморыша.

Следует заметить, что сопоставление разных систем взглядов на воспроизводство лесных ресурсов приводит к совершенно различным научным дисциплинам по экономике лесного хозяйства. Абсолютное большинство англоязычных учебников по лесной экономике поддерживает вторую систему взглядов, которая первоначально зародилась в Германии и нанесла непоправимый ущерб ее лесам. Причем ожесточенную борьбу со сторонниками земельной ренты начали вести, прежде всего, сами немецкие лесоэкономисты.

Применительно к модели периодического пользования лесом на основе формулы Фаустмана немецким ученым Пресслером было разработано учение о финансовой спелости. Сущность его сводилась к тому, что финансовая спелость наступает в том возрасте, в котором ожидаемый чистый дисконтированный доход (ЧДД) достигает максимума:

$$\frac{\text{ЧД}}{(1+i)^t} = \text{ЧДД}_{\text{мах}},$$

где ЧД – ожидаемый чистый доход; i – процентная ставка; t – период времени, равный возрасту финансовой спелости.

По величине максимального ЧДД судят и о стоимости голой земли.

В этом же возрасте возникает и максимально возможная земельная рента ($Р_{зем}$):

$$Р_{зем} = 0{,}0i \cdot \text{ЧДД}.$$

Сопоставляя ее с аналогичным показателем от других видов землепользования, владелец принимает решение в пользу наиболее эффективного.

Концепция воспроизводства лесных ресурсов на основе ННПЛ имеет две взаимодополняющие модели: простого и расширенного воспроизводства. Для их характеристики используется прием «голой земли», которым руководствуется ее сторонники.

Чтобы организовать ННПЛ как цель лесного хозяйства, имея не лес, а только безлесную землю, пришлось бы вначале создавать преемственно-возрастной ряд насаждений в пределах оборота рубки, т.е. ежегодно сажать лес на такой площади, съем урожая с которой при поспевании древостоя обеспечивал бы потребности в древесине того или иного потребления. Например, если бы целлюлозно-бумажный комбинат (ЦБК) мощностью по варке целлюлозы 100 тыс.т решил бы заменить завозимую древесину в объеме 500 тыс. м^3 выращиваемой на арендуемой земле, допустим путем создания быстро растущих тополевых плантаций с оборотом рубки 10 лет, то при урожае спелой древесины 250 м^3/га ежегодно вырубаемая площадь должна была бы составить 2 тыс. га (500 тыс. м^3: 250 м^3/га). Но при этом ежегодно в течение 10 лет пришлось бы производить посадки тополя по 2 тыс. га. Общая площадь плантаций для удовлетворения потребности в древесине ЦБК составит 20 тыс. га. Если бы ЦБК планировал удвоить свою производственную мощность, то он бы столкнулся с необходимостью удвоить и съем урожая со своей плантации. Это было бы возможно двумя путями: 1 – за счет расширения площади плантации (экстенсивный путь); 2 – за счет повышения вдвое продуктивности древостоя на той же площади (интенсивный путь), например, заменив другим видом тополя. Но и в том, и в другом случае потребовалось бы время на создание нового НПЛ (непрерывно-продуцирующего леса) или на замену существующего НПЛ новым, что и обеспечивает расширенное воспроизводство лесных ресурсов.

При завершении формирования преемственно-возрастного ряда от 1 до 10 лет будет обеспечена организация ННПЛ.

Такой возрастной ряд насаждений в пределах оборота рубки называется непрерывно-продуцирующим лесом (НПЛ). Это термин возник исторически в связи с дискуссией вокруг Беренторнского лесного хозяйства в Германии, на базе которого возникла концепция «дауэрвальда».

НПЛ является основным и незаменимым средством производства для лесного хозяйства. Без него нельзя организовать ННПЛ. Он органически включает и землю, и древостой, который на ней растет вместе со всеми другими компонентами, образующими лесную экосистему или лесной биогеоценоз (по В. Сукачеву). Чистый доход, который получает при использовании воспроизводимых ресурсов и услуг на базе НПЛ как средства производства, обязан не только земле, но и древостою, являющемуся главным экологическим каркасом для всей лесной экосистемы. Это чистый доход, зависимый от качества для всей лесной экосистемы. Этот чистый доход, зависимый от качества ресурса и его местоположения относительно лесного рынка, называют лесной рентой. Земельная рента составляет от 1/10 до 1/5 от величины лесной ренты, что наглядно говорит о том, что именно она, а не земельная рента является определяющей для наступления возраста спелости, который и определяется по времени образования максимального возможной ренты как чистого лесного дохода на 1 га в год в среднем за оборот рубки.

Список литературы

1. Экономика природопользования [Текст]: учеб. / под. ред. К.В. Папенова. – М. : ТЕИС, ТК Велби, 2010. – 928 с.

2. Зиновьева, И.С. Анализ эффективности экономического управления лесным фондом в российских условиях [Текст] / И.С. Зиновьева // Известия Волгоградского государственного технического университета: межвуз. сб. науч. ст. №14(87). – Волгоград: ИУНЛ ВолгГТУ, 2011. – (Сер. Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива). Вып. 12). – С. 70-72.

АКТИВИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Медведева Е.Ю., Зиновьева И.С.

ФГБОУ «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: lenatedwedewa08@mail.ru

Лесной комплекс Российской Федерации в настоящее время представляет собой совокупность видов экономической деятельности, включающих в свой состав лесное хозяйство и лесопромышленные отрасли по заготовке и переработке древесины.

Лесной потенциал Российской Федерации – наибольший из всех стран мира, при этом леса России являются одним из важнейших возобновляемых природных ресурсов, выполняют важнейшие средообразующие и средозащитные функции.

Общая площадь лесного фонда России – 1,18 млрд. га. Общий запас древесины в лесах – 82,1 млрд. м^3, или 25% от всех мировых запасов, что в 4 раза больше, чем в США, в 3,7 раза больше, чем в Канаде. В породном составе на долю хвойных приходится 77% и лиственных – 23%. Допустимый ежегодный объём изъятия древесины в России составляет 635 млн. м^3, а фактически заготавливается 29,4%. Имеющиеся запасы лесных ресурсов РФ могут обеспечить не только текущие и перспективные внутренние потребности страны в древесине и продуктах её переработки, но и значительно расширить экспорт лесных товаров.

Тем не менее, вклад лесного комплекса в общий объем промышленного производства вчетверо меньше, чем у нефтяной промышленности, в два с половиной раза ниже производительность труда и рентабельность. Уровень использования экономического потенциала отрасли, по различным оценкам, составляет от 7 до 10%. Лесопромышленный сектор дает в ВВП лишь 2,6%, а в валютной выручке от экспорта 4,3%.

Лесной комплекс сегодня малоэффективен, он не дает должной отдачи. Более того, его функционирование приводит к разрушению лесного фонда. Обладая четвертью мировых запасов древесины, наша страна дает около 3% продукции мирового лесопромышленного производства. Только 20% заготовленной древесины подвергается «глубокой» переработке, которая превращает дешевое сырье в наиболее ценные категории товаров. В странах с развитой лесной промышленностью эта доля достигает 80%. Российский лесной экспорт представлен в основном древесиной в круглом виде (более 36%) и продукцией ее первичной переработки.

Важным фактором в повышении эффективности использования лесных ресурсов является привлечение инвестиций как отечественных, так и зарубежных.

Проблема повышения инвестиционной деятельности лесного сектора России является одной из самых важных задач.

Основные причины низкой инвестиционной деятельности в лесном секторе обусловлены следующими основными факторами: недостаточной государственной поддержкой и стимулированием инвестиционной деятельности; несвоевременным информационным обеспечением изменения направлений инвестиционной деятельности предприятия; финансовой нестабильностью банковской системы и высокой ставкой рефинансирования; неустойчивым финансовым состоянием многих лесопромышленных предприятий; отсутствием на предприятиях реальных, эффективно работающих собственников.

Недостаточные размеры инвестиций в целом по лесному сектору в значительной мере объясняются и ограничениями в источниках финансовых ресурсов для инвестиционной деятельности [1].

Основополагающей базой механизма управления инвестиционной деятельностью должна являться долгосрочная программа развития лесопромышленного комплекса регионов.

Программа и механизм управления инвестиционной деятельностью находятся в тесной взаимосвязи. Без механизма управления инвестиционной деятельностью программа не может быть реализована, так как каждое программное мероприятие: экономическое, промышленное, экологическое, социальное и техническое – для практического осуществления требует вложения определённых инвестиционных ресурсов [2].

Механизм управления должен охватывать все виды источников финансирования инвестиционных проектов: собственные средства предприятий; прибыль, амортизационные отчисления, привлечённые и заёмные инвестиционные ресурсы; эмиссия акций; кредиты отечественных банков и коммерческих структур; средства регионального бюджета; средства пенсионных и внебюджетных фондов; средства региональных займов и ценные бумаги; инвестиционный лизинг; средства федерального бюджета; иностранные инвестиции в виде прямых, портфельных и прочих вложений.

Действенность механизма управления инвестиционной деятельностью зависит от инвестиционной привлекательности региона. Выделим следующие основные факторы, которые интересуют отечественных и зарубежных инвесторов при выборе объектов инвестирования и которые определяют привлекательность региона: наличие лесосырьевых ресурсов; географическое положение региона и наличие хороших сухопутных и морских транспортных путей сообщения; производственно-технический потенциал действующих лесопромышленных предприятий; возможности диверсификации производства; наличие рабочей силы, уровень её квалификации; уровень потенциального спроса на внутреннем и внешнем рынках на основные виды выпускаемой в регионе лесобумажной продукции; состояние развитой инфраструктуры; действенность правовых и законодательных актов по защите инвесторов; уровень финансовой устойчивости лесопромышленных предприятий; наличие разработанных бизнес-планов по приоритетным инвестиционным проектам. [3].

Применительно к ЛПК РФ большинство факторов показывают положительную динамику, однако огромное количество инвестиционных проектов в силу разных причин не реализуется. Такими причинами могут быть изменения в рыночной ситуации, пересмотр приоритетов или отказ от инвестирования вследствие необходимости больших затрат, чем предполагалось при составлении бизнес-плана и по другим причинам. Возможности преодоления причин, мешающих устойчивому росту, более чем обширны и зависят, прежде всего, от решимости воплотить в жизнь принимаемые решения и добросовестности выполнения чиновниками всех уровней возложенных на них функций. С этой точки зрения необходимо ввести чёткую и прозрачную систему показателей эффективности, которая отражала бы результаты по привлечению инвестиций и реализации приоритетных инвестиционных проектов.

Список литературы

1. Арзуманов, А.А. Мобильный комплекс лесозаготовителей как объект инвестиционной деятельности [Текст] / А.А. Арзуманов // Лесотехнический журнал. – 2011. – № 4 (4). – С. 123-126.

2. Колотов, С. М. Пути привлечения инвестиций в лесопромышленном комплексе России [Текст] / С.М. Колотов // Вестник Московского государственного университета леса – Лесной вестник. – 2010. – № 2. – С. 120-122.
3. Зиновьева, И.С. Экономические проблемы развития лесного фонда территории [Текст] / И.С. Зиновьева // Актуальные проблемы экономики и права. – 2012. – №2 (22) апрель-июнь. – С.36-39.

ЛЕСОВОССТАНОВЛЕНИЕ НА ТЕРРИТОРИИ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Осауленко Л.А., Зиновьева И.С.

ФГБОУ «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: lilybnnb@mail.ru

Проблема обеспечения сохранности лесов Воронежской области носит характер первостепенной важности. Современное состояние окружающей среды Воронежской области характеризуется нарастающим напряжением в промышленном секторе, выражающимся в существенном увеличении количества источников загрязнения воздуха, износе основных фондов и слабой модернизации производственных процессов. Все отчетливей заметны элементы глобального изменения климата, связанного с накоплением в атмосфере парниковых газов, увеличении среднегодовых температурных показателей, при одновременном уменьшении количества осадков в летний период.

Роль и значение лесов заключается в противостоянии указанным негативным процессам, поскольку лесные насаждения способствуют аккумуляции углеродных соединений из воздуха, выделяют кислород, смягчают климат и, тем самым, создают благоприятные условия проживания населения. Велика роль леса и в накоплении влаги, сохранности водоемов, предупреждении противоэрозионных процессов, повышении урожайности сельскохозяйственных культур.

Лесные пожары, самовольные рубки, незаконный захват лесных участков, вспышки болезней и вредителей леса, захламление лесов бытовым и строительным мусором оказывают очень существенное влияние на состояние лесов и, в конечном итоге, на качество жизни и здоровья населения Воронежской области.

Решение современных и перспективных проблем развития любой отрасли экономики, в том числе и лесного комплекса, требует знания и оценки предыдущего периода. Объективный и своевременный анализ позволяет упредить, а в ряде случаев устранить отрицательные последствия необоснованных решений, принимаемых на федеральном и территориальном уровнях [1].

Расчистка горельников на данный момент идет в соответствии с графиком – к концу 2012 года будет расчищено 54% от общей площади гарей. Руководитель управления лесного хозяйства области рассказал о новом способе расчистки и безогневой утилизации горельников, который в регионе, возможно, станет основным уже в следующем году. При безогневой утилизации срубленный горельник тут же перемалывается в мелкую щепу и закапывается в землю. Главными преимуществами такого способа названы пожарная безопасность расчистки горельников и значительное сокращение вредных выбросов в атмосферу.

Лесные пожары на территории Воронежской области в 2008-2010 гг.

Показатели	2008 год	2009 год	2010 год
Количество лесных пожаров, шт.	1408	1333	817
Площадь, пройденная огнем, га в т. ч. верховым пожаром	1530 311	1241 356	18175 11104
Сумма прямого ущерба, тыс. руб.	31742	11146	370000

Лесовосстановление в Воронежской области, согласно плану на 2012 год, находится в завершающей стадии. Из годового объема в 2890 га уже посажено 2385 га. Посадку оставшихся 505 га леса перенесли на осень: сроки весенней посадки были сжаты из-за погодных условий, и в случае спешки мог пострадать посадочный материал.

Чрезвычайная ситуация, связанная с лесными пожарами 2010 года выявила ряд проблемных вопросов, решение которых необходимо для обеспечения сохранности лесов:

• организация специализированного учреждения, выполняющего функции по охране лесов от пожаров;

• дооснащение существующих лесопожарных формирований новой мощной пожарной техникой, имеющей достаточную емкость цистерн, способной осуществлять тушение крупных лесных пожаров и выполнять межрайонное маневрирование;

• создание дополнительного количества пожарно-химических станций;

• организация посменной работы лесопожарных команд и круглосуточного дежурства диспетчерских служб лесничеств.

Несмотря на сложность социально-экономического развития, в Воронежской области уделяется серьезное внимание вопросам охраны и защиты лесов. 6 декабря 2012 года состоялся визит в Центральный федеральный округ руководителя Федерального агентства лесного хозяйства В.Н. Маслякова, который встретился с Губернатором Воронежской области А.В. Гордеевым. Встреча состоялась перед открытием селекционно-семеноводческого центра, построенного в рамках федеральной программы восстановления лесов. Лесной селекционно-семеноводческий центр – это уникальное предприятие, созданное в числе первых пяти подобных предприятий по заготовке, переработке лесосеменного сырья и выращиванию посадочного материала с использованием технологий, предлагаемых финской компанией «Lannen Plant Systems». Силами Воронежского лесосеменного центра будет налажено современное, высокотехнологичное производство лесных семян и посадочного материала с закрытой корневой системой. В настоящее время ведутся работы по монтажу и оборудованию пяти теплиц для выращивания посадочного материала. Предполагается, что пробный пуск линии пройдет под руководством шведских специалистов. В автоматизированном режиме будут произведены заполнение кассет питательным субстратом, точечный посев семян, мульчирование и полив.

Планируется, что лесосеменной центр обеспечит Воронежскую область посадочным материалом сосны и дуба с улучшенными наследственными свойствами, позволит наладить стабильную работу по

лесовосстановлению и внедрять новые технологии при его выращивании, что сохранит генофонд лесов региона, значительно улучшит их качество.

Также в ходе встречи были обсуждены вопросы лесоустройства, лесовосстановления, организации системы охраны лесов от пожаров и оснащения специализированных лесопожарных формирований.

Эффективное обеспечение сохранности лесов Воронежской области выражается в надлежащей организации противопожарных мероприятий, оперативного тушения лесных пожаров и своевременном выполнении комплекса лесозащитных мероприятий. Таким образом, решение вышеперечисленных проблем, в целях обеспечения сохранности и приумножения лесных ресурсов области, возможно только на базе применения программных механизмов.

Список литературы

1. Лесопромышленный комплекс: Состояние, проблемы, перспективы / Н.А. Бурдин, В.М. Шлыков, В.А. Егорнов, В.В. Сахаков. – М.: МГУЛ, 2000. – 473 с.

2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Воронежской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://voronezhstat.gks.ru.

3. Зиновьева, И.С. Проблемы предупреждения и ликвидации последствий лесных пожаров [Текст] / И.С. Зиновьева // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2011. – №2. – С. 25-28.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЛЕСНОМ КОМПЛЕКСЕ

Сидоренко Е.В., Зиновьева И.С.

ФГБОУ «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: sidorenochka28@mail.ru

Роль и значение малого бизнеса трудно переоценить. Это форма, в которой легче всего начинать и осуществлять самостоятельный бизнес. В развитых странах около 80% предприятий – субъекты малого предпринимательства, тогда как в современной России эта доля составляет менее 10% .

Большая часть малых предприятий в лесном секторе экономики возникла на волне массовых банкротств лесозаготовительных предприятий в 1995−1998 годах. На базе ликвидируемых или реформируемых предприятий создавались малые предприятия, новые рабочие места. Малый бизнес в лесопромышленном комплексе (ЛПК) дал возможность выжить жителям сельских регионов в условиях, когда другие виды предпринимательства не могли развиваться из-за крайне низкой платежеспособности населения. Преимуществом процесса роста числа лесозаготовительных предприятий стало наполнение доходной части местных бюджетов.

Лесной комплекс способствует широкому развитию малого бизнеса, особенностью которого является не только решение экономических и социальных задач, таких как насыщение регионального рынка товарами народного потребления, трудоустройство незанятого населения, создание дополнительных объектов социальной инфраструктуры и т.п., но и экологических – улучшение состояния лесов, снижение их пожароопасности, повышение их защитных свойств, оздоровление среды обитания.

Малые предприятия лесного комплекса могут быть созданы путем:

– строительства новых предприятий на базе неиспользуемых или нерационально используемых древесных ресурсов (отходов лесозаготовительного, деревообрабатывающего, целлюлозно-бумажного производств, неиспользованной части расчетной лесосеки по главному использованию, недовыполненных объемов рубок промежуточного пользования и т.п.);

– разукрупнения сложившихся производственных структур;

– выделения из состава действующих предприятий одного или не скольких структурных предприятий и т.д.

В рыночных условиях в России самоформируется сеть малых предприятий ЛПК, мобильных, гибких, способных активизировать переориентацию производства. Они обеспечивают быструю окупаемость затрат и ускорение внедрения достижения научно-технического прогресса. Организация специализированного производства на предприятиях малой мощности – это перспективное направление повышения эффективности в сегменте экспортных пиломатериалов.

Безусловно, облик страны определяют крупные лесопромышленные объединения с экономическими целями деятельности. Но их эффективное функционирование в современных условиях нуждается в »шлейфе» малых и средних предприятий. Малые формы – это не только мобильность, уменьшение цены рисков, но и реализация новых возможностей производительной деятельности человека, живущего в мире знаний и вооруженного современными информационными технологиями.

Однако сегодня малый бизнес ЛПК нельзя назвать эффективно развивающимся. Уровень инвестиций в него остается низким, их основным источником являются собственные средства организаций. Развитие большинства малых предприятий замедляет недостаток собственных средств, а также трудности с получением заемных средств. Непомерные процентные ставки и краткосрочный характер кредита делают условия невыгодными для малых предприятий. Кроме этого, банки требуют от заемщика залог (как правило, технику, оборудование) и предоставление большого количества документов для оформления кредита.

В Лесном кодексе указывается, что предприятия и предприниматели, которые ранее заготавливали древесину на основании договоров купли-продажи с целью получения сырья для обеспечения собственной деятельности, потеряли законный доступ к лесным ресурсам. Это в большой степени, конечно, затрагивает интересы малых лесопромышленных компаний, которые без прямого законного доступа к лесным ресурсам не могут заниматься заготовкой древесины и её переработкой. Это будет означать потерю значительной доли рабочих мест в лесных посёлках, где малые лесные предприятия являются основным работодателем.

Если проводится аукцион на лесные участки, крупные компании могут легче выиграть лот, потому что лоты, как правило, крупные. Лот объёмом в 800 тыс. м^3 древесины малые предприятия никогда не смогут купить, даже если объединятся. Поэтому есть предложение региону иметь какой-то определённый процент площади зарезервированной лесосеки, чтобы эта площадь была доступна для малого и среднего бизнеса.

Немаловажным условием является и то, что предприятиям малого бизнеса ЛПК нельзя существовать без сырьевой базы. Но так как при распределении лесных участков в аренду учитываются интересы крупных холдингов, то малым предпринимателям не хватает сил отстаивать собственные интересы. В связи с этим необходимо со стороны властных структур выделить штатную единицу − сотрудника, который бы защищал интересы малых лесопромышленников и участвовал в процедуре распределения лесных участков в аренду.

Но даже в таких непростых условиях Конфедерация ассоциаций и союзов лесной, целлюлозно-бумажной, деревообрабатывающей и мебельной про-

мышленности считает малые предприятия реально возможной формой организации производства, которая в дальнейшем увеличит число хозяйствующих субъектов и соответственно объемы производства.

Политика институциональных преобразований лесопромышленной отрасли в период до 2015 года будет направлена на увеличение числа эффективных собственников, которые будут заинтересованы в долгосрочном развитии предприятий. Кроме того, необходима оптимизация количества объектов государственной собственности за счет приватизации, ликвидации убыточных и неперспективных предприятий.

Таким образом, малое предпринимательство с наименьшими затратами удовлетворяет потребности в дефицитных видах товаров и услуг на основе разработки местных источников, создает новые рабочие места, снижает уровень безработицы и социальной напряженности в стране, а так же ведет к оздоровлению экономики в целом. Следовательно, лучший выход для России – это следование такой политике государства, которая будет направлена на расширение и развитие возможностей для предприятий развивать малый и средний бизнес в нашей стране.

Список литературы

1. Подходы к развитию малых предприятий в лесной промышленности // [Электронный ресурс]. URL: http://www.naukom.ru/articles/536/ (дата обращения 10.12.2012).

2. Малый бизнес и его роль в экономике// [Электронный ресурс]. URL: http://revolution.allbest.ru/economy/00037815_1.html (дата обращения 10.12.2012).

3. Зиновьева, И.С. Анализ эффективности экономического управления лесным фондом в российских условиях [Текст] // Известия Волгоградского государственного технического университета: межвуз. сб. науч. ст. № 14(87). – Волгоград: ИУНЛ ВолгГТУ, 2011. – (Сер. Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива). Вып. 12). – С. 70-72.

КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Сумченко А.В., Зиновьева И.С.

ФГБОУ «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: allasochka@mail.ru

Лесопромышленный комплекс (лесная, деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная промышленности) играют огромную роль как в экономике России, так и в поддержании качества окружающей среды.

Существуют множество проблем по развитию лесного комплекса, однако, на наш взгляд, наиболее актуальной является проблема подготовки инженерных кадров для лесопромышленного комплекса.

Ситуация с кадрами лесопромышленного комплекса довольно непростая. При том, что ежегодно из российских учебных учреждений выпускается немало дипломированных специалистов, выпускники не сильно стремятся работать по специальности. Причиной этого могло стать отсутствие материального стимула у молодых кадров, специализирующихся в данной отрасли; сложности, возникающие при устройстве на работу из-за отсутствия стажа.

Иногда, при работе в лесопромышленном комплексе не хватает достаточных качественных знаний и навыков. Этот недостаток может быть связан с меняющимся требованиями к уровню подготовки специалистов. Решить проблему возможно, укрепив научное и методическое влияние вузов на отрасль.

В связи с выше изложенным, в настоящее время перед образовательными профессиональными учреждениями стоит двойная задача. Первая состоит в постоянном удовлетворении рынка труда квалифицированными специалистами, вторая – максимально подготовить выпускников в соответствии с новыми требованиями.

Стратегия развития лесопромышленного комплекса России до 2020 года предусматривает внедрение новой техники и технологий во все сферы отрасли, что в свою очередь требует переподготовки и обучения кадров, работающих с новой техникой в лесопромышленном комплексе. Переподготовку кадров, на наш взгляд, следует проводить на самом предприятии в нерабочее время привлекая специалистов для обучения по данной технике со стороны ведущих профессиональных учебных заведений.

Для решения проблем, связанных с кадровым обеспечением, можно принять и реализовать ряд проектов, которые можно осуществить усилиями частно-государственного партнерства:

• создать укрупненные образовательные и исследовательские структуры «лесного» образования и науки, а также центры подготовки и переподготовки специалистов и кадров рабочих профессий для лесопромышленного комплекса в федеральных округах;

• оснастить образовательные учреждения современными: литературой; учебно-лабораторным оборудованием; увеличить количество практических занятий для закрепления знаний и навыков; привести учебные учреждения и студенческие общежития в соответствие с государственными нормами и требованиями техники безопасности;

• обеспечить стажировку студентов на лесопромышленных предприятиях с целью приобретения стажа работы и дальнейшего трудоустройства;

• разработать новые единые государственные стандарты по подготовке специалистов в области лесного хозяйства и отраслей в соответствии с современными требованиями работодателей как национального, так и зарубежного рынка труда;

• сформировать единый реестр профессий и специальностей лесопромышленного комплекса;

• разработать программу трудоустройства квалифицированных специалистов после окончания учебных заведений.

Список литературы

1. Forest.RU – Всё о российских лесах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.forest.ru.

2. Зиновьева, И.С. Анализ эффективности экономического управления лесным фондом в российских условиях [Текст] / И.С. Зиновьева // Известия Волгоградского государственного технического университета: межвуз. сб. науч. ст. №14 (87). – Волгоград: ИУНЛ_ ВолгГТУ, 2011. – (Сер. Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива). Вып. 12). – С. 70-72.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Щекунских Ю.Б., Зиновьева И.С.

ФГБОУ «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: ya_milafka1991@mail.ru

В России огромные запасы лесосырьевых ресурсов. По запасам древесины (более 80 млрд. м^3) Россия занимает ведущее место в мире и в 2 раза превосходит США, в 6 раз Китай, в 25 раз Швецию, в 35 раз Финляндию. Однако Россия, являясь крупнейшей лесной державой мира, значительно отстает от других стран мира по основным экономическим, техническим показателям использования леса и производству продукции из древесины. Россия является крупнейшим в мире экспортером необработанного сырья, а выход готовой продукции из одного кубометра заготовленной древесины (продукты высоко добавленной стоимости) в нашей стране самый низкий среди лесопромышленных стран, так в США – 570-700$, Финляндии – 400-500$, России – 70$.

Свободных запасов лесных ресурсов в мире для заготовки и переработки становится все меньше. Ев-

ропа и Северная Америка практически приблизилась к верхнему пределу использования расчетного годового прироста леса. В этих условиях представляется редкая возможность значительно увеличить участие России в мировом товарообмене за счет производства лесобумажной продукции глубокой переработки с помощью инновационных технологий. Дальнейшее социальное развитие страны также требует роста потребления социально значимой продукции из древесины. В настоящее время потребление бумаги и картона в России в 15 раз ниже, чем в США и в 2 раза ниже, чем в Китае; мебели производится в 20 раз меньше, чем в Европейском сообществе.

В лесном комплексе необходимо использовать научные возможности других отраслей, в том числе использование: геномов или генной инженерии для развития «функциональных» деревьев (лучше адаптированных к новым условиям окружающей среды, с более прочной древесиной с меньшим содержанием лигнина и т.д.); нанотехнологий, биотехнологий и микроэлектроники для обеспечения продукта с новыми функциональными свойствами (например, свойства поверхности); космических снимков и моделирования для разработки инструментов поддержания решений в лесном планировании и управлении: новых летательных аппаратов (дирижаблей) для мониторинга, обнаружения и тушения пожаров, и транспортировки древесины.

Большое значение для развития лесного комплекса России имеет научно-техническое сотрудничество со странами Евросоюза в рамках Лесной Технологической Платформы, на базе которой должны осуществляться научно-технические связи между всеми заинтересованными сторонами для достижения целей перспективного плана развития до 2030 года (Vison 2030), где сформулирована стратегическая цель «Углубление научной основы сектора, включая вновь возникшие науки». В настоящее время разработан проект Российской Лесной Технологической Платформы.

Приоритетными направлениями фундаментальных и прикладных научных исследований в области развития лесного комплекса должны стать:

• совершенствование методов лесоустройства, государственной инвентаризации лесов и лесопатологического мониторинга;

• разработка экологически безопасных систем ведения лесного хозяйства и лесопользования, лесоводственно-экологических требований к технологическим процессам и техническим средствам, современных технологий и технических средств охраны, защиты, обнаружения очагов возгорания, пожаротушения, воспроизводства лесов и лесоразведения;

• разработка методов получения быстрорастущих и высокопродуктивных лесных пород с заданными хозяйственными свойствами на основе биотехнологий, методов лесной генетики и селекции.

Таким образом, перед учеными, специалистами и инженерами лесного комплекса стоят следующие стратегические задачи:

• многоцелевое использование лесных ресурсов и их устойчивое управление;

• восстановление доступности и использование биомассы для продуктов и энергии;

• развитие интеллектуальных и эффективных технологических процессов производства;

• развитие инновационных продуктов для изменения рынков и нужд потребителя;

• создание эффективной инновационной системы и углубление научной основы;

• создание систем обучения и тренинга;

• улучшение связей с общественными и политическими организациями.

Список литературы

1. Кондратюк, В.А. Знания, наука и технологии обеспечат будущее лесного комплекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.slaviza.ru/economika/413-znaniya-nauka-i-tehnologii-obespechat-buduschee-lesnogo-kompleksa.html. – Загл. с экрана.

Технические науки

Секция «Техносферная безопасность», научный руководитель – Евстигнеева Н.А., канд. техн. наук, доцент

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДИК РАСЧЕТА ВЫБРОСОВ ЗАГРЯЗНЯЮЩИХ ВЕЩЕСТВ АВТОТРАНСПОРТОМ

Ефремова Е.А., Григорьева Т.Ю.

Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ), Москва, e-mail: katrin-eka@mail.ru

В работе был выполнен анализ существующих российских методик расчета выбросов загрязняющих веществ автотранспортом. В «Методических указаниях по расчету выброса вредных веществ автомобильным транспортом» выброс определяется на основании пробеговых выбросов и величины пробега с учетом технического состояния АТС и их среднего возраста. «Методика определения массы выбросов загрязняющих веществ автотранспортными средствами в атмосферный воздух» учитывает пробеговые выбросы в зависимости от типа двигателя, его объема, грузоподъемности и габаритных размеров АТС. Согласно «Методике расчетов выбросов в атмосферу загрязняющих веществ автотранспортом на городских магистралях», величина выброса складывается из массы выброса при непрерывном движении и массы выброса при работе на холостом ходу. «Методика определения выбросов автотранспорта для проведения сводных расчетов загрязнения атмосферы городов» включает более широкий спектр вредных веществ.

Однако все существующие российские методики не учитывают существующую динамику парка, замену АТС низких экологических классов более высокими и ограничены описанием АТС класса Евро-2,3. Кроме того, скоростные характеристики транспортных потоков задаются узким интервалом, что неудобно при расчетах.

В настоящее время для расчета выбросов парком существует европейская расчетная методика Copert 4, учитывающая выбросы транспортных потоков и парка АТС. Методика основывается на пробеговых выбросах веществ с учетом корректирующих коэффициентов. Основным преимуществом методики является возможность варьирования характеристик транспортных потоков, наличие исходных данных по АТС вплоть до Евро-5, гибридным и прочим ТС, а также обширный список вредных веществ, содержащихся в выбросе.

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ «LIGHT-IN-NIGHT ROAD» ДЛЯ РАСЧЕТА ОСВЕЩЕННОСТИ НА УЧАСТКЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ДОРОГИ ЩЕРБИНКА М2 – КРЫМ

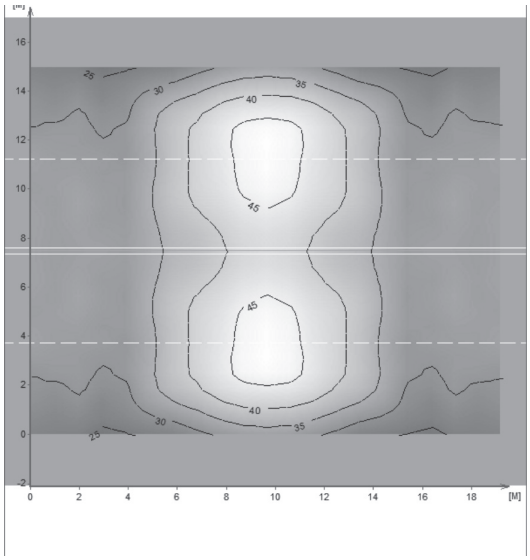
Ефремова Е.А., Григорьева Т.Ю.

Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ), Москва, e-mail: katrin-eka@mail.ru

При реконструкции автомобильной дороги Щербинка-М2 «Крым» (обводная дорога) планируется установка светодиодных светильников типа ДКУ01-160х1-001 (мощность 160 Вт, световой поток 13 760 лм). Выбор данного вида светильников обусловлен следующими преимуществами светодиодного освещения перед традиционным: высокая светоотдача, большой срок службы, высокий индекс цветопередачи, низкий коэффициент пульсации, устойчивость к скачкам напряжения, моментальный пуск и перезапуск, отсутствие пусковых токов.

Светотехнический расчёт выполнен с использованием программного обеспечения «Light-in-Night Road», разработанного ЗАО НПСП «СВЕТОСЕРВИС», которое позволяет в зависимости от типа, мощности и светораспределения светильника выбрать эффективную схему освещения дорог, подобрав наиболее рациональное расположение светильников, и провести расчет параметров осветительных установок, при котором обеспечивается нормативные требования к уровню средней яркости дорожного покрытия, содержащиеся в СП 52.13330.2011.

Расчётным путем определено, что для освещения 3,5 км потребуется установить 364 светильников со светодиодными лампами. Полученные значения освещенности дорожного полотна представлены на рисунке.



Расчетные изолинии

Педагогические науки

Секция «Психолого-педагогические вопросы обеспечения социальной безопасности детей и молодежи», научный руководитель – Кисляков П.А., канд. пед. наук, доцент

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА «ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ» ДЛЯ УЧАЩИХСЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ

Коликова С.В., Кисляков П.А.

Шуйский филиал Ивановского государственного университета, Шуя, e-mail: pack.81@mail.ru

После принятия Концепции национальной безопасности РФ в 2000 году, а затем Стратегии национальной безопасности на период до 2020 года становятся наглядными методические и теоретические противоречия между содержанием программ и учебников ОБЖ и социально-правовой действительностью в сфере безопасности. Это неоднократно становилось предметом публичных обсуждений и публикаций в специальной литературе и привело к осознанию необходимости усиления социальных акцентов в предметном поле безопасность жизнедеятельности (В.В. Гафнер, Л.А. Михайлов, С.В. Петров, Ю.В. Репин, В. Сапронов), что, кстати, нашло отражение во ФГОС общего образования, но еще не в полной мере реализуется в школьной практике. В связи с этим, нами предлагается к реализации в старших классах общеобразовательной школы элективный курс «Основы социальной безопасности», который нацелен на формирование у учащихся умений и навыков безопасного типа поведения в социуме, а также будет способствовать их целостной социализации. Содержание элективного курса базируется на основных положениях и задачах социальной безопасности и состоит из 8 модулей: 1) теоретические основы социальной безопасности; 2) неблагоприятная социальная обстановка; 3) экстремальные ситуации социального характера; 4) психология социальной безопасности; 5) информационная безопасность; 6) угрозы современного терроризма; 7) экстремизм и формы его проявления; 8) духовно-нравственная безопасность. В содержании предлагаемого курса при изучении социальных опасностей необходимо учитывать интегрированный подход, преемственность знаний из смежных школьных дисциплин (история, обществознание, ОБЖ). Курс включает в себя изучение понятийного аппарата по безопасности жизнедеятельности, современных методов изучения, распознавания и профилактики социальных опасностей, поведения в условиях чрезвычайных ситуаций, сохранения здоровья и жизни человека в различных жизненных ситуациях. При реализации элективного курса основное внимание учителя обращается на выработку у обучающихся психологической устойчивости поведения в опасных и чрезвычайных ситуациях, а так же практических навыков поведения в условиях социальной опасности (Руббо С.В., 2011). В связи с чем необходимо проводить психодиагностику учащихся, направленную на исследование таких личностных характеристик, как толерантность, стрессоустойчивость, агрессивность, коммуникативные навыки, креативность и др.

В журнале Российской Академии Естествознания
«Современные наукоемкие технологии» публикуются:

Журнал публикует обзорные и теоретические статьи, материалы международных научных конференций (тезисы докладов) по:

1. Физико-математическим наукам.
2. Химическим наукам.
3. Геолого-минералогическим наукам.
4. Техническим наукам.

Редакция журнала просит авторов при направлении статей в печать руководствоваться изложенными ниже правилами. Работы, присланные без соблюдения перечисленных правил, возвращаются авторам без рассмотрения.

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

По техническим наукам принимаются статьи по следующим направлениям:

05.02.00 Машиностроение и машиноведение
05.03.00 Обработка конструкционных материалов в машиностроении
05.04.00 Энергетическое, металлургическое и химическое машиностроение
05.05.00 Транспортное, горное и строительное машиностроение
05.09.00 Электротехника
05.11.00 Приборостроение, метрология и информационно-измерительные приборы и системы
05.12.00 Радиотехника и связь
05.13.00 Информатика, вычислительная техника и управление
05.16.00 Металлургия
05.17.00 Химическая технология
05.18.00 Технология продовольственных продуктов
05.20.00 Процессы и машины агроинженерных систем
05.21.00 Технология, машины и оборудование лесозаготовок, лесного хозяйства, деревопереработки и химической переработки биомассы дерева
05.22.00 Транспорт
05.23.00 Строительство
05.26.00 Безопасность деятельности человека

При написании и оформлении статей для печати редакция журнала просит придерживаться следующих правил.

1. В структуру статьи должны входить: введение (краткое), цель исследования, материал и методы исследования, результаты исследования и их обсуждение, выводы или заключение, список литературы.

2. Таблицы должны содержать только необходимые данные и представлять собой обобщенные и статистически обработанные материалы. Каждая таблица снабжается заголовком и вставляется в текст после абзаца с первой ссылкой на нее.

3. Количество графического материала должно быть минимальным (не более 5 рисунков). Каждый рисунок должен иметь подпись (под рисунком), в которой дается объяснение всех его элементов. Для построения графиков и диаграмм следует использовать программу Microsoft Office Excel. Каждый рисунок вставляется в текст как объект Microsoft Office Excel.

4. Библиографические ссылки в тексте статьи следует давать в квадратных скобках в соответствии с нумерацией в списке литературы. Список литературы для оригинальной статьи – не более 10 источников. Список литературы составляется в алфавитном порядке – сначала отечественные, затем зарубежные авторы и оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5 2008.

5. Объем статьи не должен превышать 8 страниц формата А4 (1 страница – 2000 знаков, шрифт 12 Times New Roman, интервал – 1,5, поля: слева, справа, верх, низ – 2 см), включая таблицы, схемы, рисунки и список литературы.

6. При предъявлении рукописи необходимо сообщать индексы статьи (УДК) по таблицам Универсальной десятичной классификации, имеющейся в библиотеках.

7. К рукописи должен быть приложен краткий реферат (резюме) статьи на русском и английском языках.

Реферат объемом до 10 строк должен кратко излагать предмет статьи и основные содержащиеся в ней результаты.

Реферат подготавливается на русском и английском языках.

Используемый шрифт – курсив, размер шрифта – 10 пт.

Реферат на английском языке должен в начале текста содержать заголовок (название) статьи, инициалы и фамилии авторов также на английском языке.

8. Обязательное указание места работы всех авторов, их должностей и контактной информации.

9. Наличие ключевых слов для каждой публикации.

10. Указывается шифр основной специальности, по которой выполнена данная работа.

11. Редакция оставляет за собой право на сокращение и редактирование статей.

12. Статья должна быть набрана на компьютере в программе Microsoft Office Word в одном файле.

13. В редакцию по электронной почте edition@rae.ru необходимо предоставить публикуемые материалы, сопроводительное письмо и копию платежного документа. Оригиналы запрашиваются редакцией при необходимости.

14. Рукописи статей, оформленные не по правилам не рассматриваются. Присланные рукописи обратно не возвращаются. Не допускается направление в редакцию работ, которые посланы в другие издания или напечатаны в них.

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

УДК 615.035.4

ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРИОДА ТИТРАЦИИ ДОЗЫ ВАРФАРИНА У ПАЦИЕНТОВ С ФИБРИЛЛЯЦИЕЙ ПРЕДСЕРДИЙ. ВЗАИМОСВЯЗЬ С КЛИНИЧЕСКИМИ ФАКТОРАМИ

[1]Шварц Ю.Г., [1]Артанова Е.Л., [1]Салеева Е.В., [1]Соколов И.М.

[1]ГОУ ВПО «Саратовский Государственный медицинский университет им. В.И. Разумовского Минздравсоцразвития России», Саратов, Россия (410012, Саратов, ГСП ул. Большая Казачья, 112), e-mail: kateha007@bk.ru

Проведен анализ взаимосвязи особенностей индивидуального подбора терапевтической дозы варфарина и клинических характеристик у больных фибрилляцией предсердий. Учитывались следующие характеристики периода подбора дозы: окончательная терапевтическая доза варфарина в мг, длительность подбора дозы в днях и максимальное значение международного нормализованного отношения (МНО), зарегистрированная в процессе титрования. При назначении варфарина больным с фибрилляцией предсердий его терапевтическая доза, длительность ее подбора и колебания при этом МНО, зависят от следующих клинических факторов – инсульты в анамнезе, наличие ожирения, поражения щитовидной железы, курения, и сопутствующей терапии, в частности, применение амиодарона. Однако у пациентов с сочетанием ишемической болезни сердца и фибрилляции предсердий не установлено существенной зависимости особенностей подбора дозы варфарина от таких характеристик, как пол, возраст, количество сопутствующих заболеваний, наличие желчнокаменной болезни, сахарного диабета II типа, продолжительность аритмии, стойкости фибрилляции предсердий, функционального класса сердечной недостаточности и наличия стенокардии напряжения. По данным непараметрического корреляционного анализа изучаемые нами характеристики периода подбора терапевтической дозы варфарина не были значимо связаны между собой.

Ключевые слова: варфарин, фибрилляция предсердий, международное нормализованное отношение (МНО)

CHARACTERISTICS OF THE PERIOD DOSE TITRATION WARFARIN IN PATIENTS WITH ATRIAL FIBRILLATION. RELATIONSHIP WITH CLINICAL FACTORS

[1]Shvarts Y.G., [1]Artanova E.L., [1]Saleeva E.V., [1]Sokolov I.M.

[1]Saratov State Medical University n.a. V.I. Razumovsky, Saratov, Russia (410012, Saratov, street B.Kazachya, 112), e-mail: kateha007@bk.ru

We have done the analysis of the relationship characteristics of the individual selection of therapeutic doses of warfarin and clinical characteristics in patients with atrial fibrillation. Following characteristics of the period of selection of a dose were considered: a definitive therapeutic dose of warfarin in mg, duration of selection of a dose in days and the maximum value of the international normalised relation (INR), registered in the course of titration. Therapeutic dose of warfarin, duration of its selection and fluctuations in thus INR depend on the following clinical factors – a history of stroke, obesity, thyroid lesions, smoking, and concomitant therapy, specifically, the use of amiodarone, in cases of appointment of warfarin in patients with atrial fibrillation. However at patients with combination Ischemic heart trouble and atrial fibrillation it is not established essential dependence of features of selection of a dose of warfarin from such characteristics, as a sex, age, quantity of accompanying diseases, presence of cholelithic illness, a diabetes of II type, duration of an arrhythmia, firmness of fibrillation of auricles, a functional class of warm insufficiency and presence of a stenocardia of pressure. According to the nonparametric correlation analysis characteristics of the period of selection of a therapeutic dose of warfarin haven't been significantly connected among themselves.

Keywords: warfarin, atrial fibrillation, an international normalized ratio (INR)

Введение

Фибрилляция предсердий (ФП) – наиболее встречаемый вид аритмии в практике врача [7]. Инвалидизация и смертность больных с ФП остается высокой, особенно от ишемического инсульта и системные эмболии [4]…

Список литературы

1….

Список литературы

Единый формат оформления пристатейных библиографических ссылок в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5 2008 «Библиографическая ссылка»

(Примеры оформления ссылок и пристатейных списков литературы)

Статьи из журналов и сборников:

Адорно Т.В. К логике социальных наук // Вопр. философии. – 1992. – № 10. – С. 76-86.

Crawford P.J. The reference librarian and the business professor: a strategic alliance that works / P.J. Crawford, T. P. Barrett // Ref. Libr. – 1997. Vol. 3, № 58. – P. 75-85.

Заголовок записи в ссылке может содержать имена одного, двух или трех авторов документа. Имена авторов, указанные в заголовке, могут не повторяться в сведениях об ответственности.

Crawford P.J., Barrett T. P. The reference librarian and the business professor: a strategic alliance that works // Ref. Libr. 1997. Vol. 3. № 58. P. 75-85.

Если авторов четыре и более, то заголовок не применяют (ГОСТ 7.80-2000).

Корнилов В.И. Турбулентный пограничный слой на теле вращения при периодическом вдуве/отсосе // Теплофизика и аэромеханика. – 2006. – Т. 13, №. 3. – С. 369-385.

Кузнецов А.Ю. Консорциум – механизм организации подписки на электронные ресурсы // Российский фонд фундаментальных исследований: десять лет служения российской науке. – М.: Науч. мир, 2003. – С. 340-342.

Монографии:

Тарасова В.И. Политическая история Латинской Америки : учеб. для вузов. – 2-е изд. – М.: Проспект, 2006. – С. 305-412.

Допускается предписанный знак точку и тире, разделяющий области библиографического описания, заменять точкой.

Философия культуры и философия науки: проблемы и гипотезы : межвуз. сб. науч. тр. / Сарат. гос. ун-т; [под ред. С. Ф. Мартыновича]. Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 1999. – 199 с.

Допускается не использовать квадратные скобки для сведений, заимствованных не из предписанного источника информации.

Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.UJ. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.:ИНФРА-М, 2006. – 494 с.

Заголовок записи в ссылке может содержать имена одного, двух или трех авторов документа. Имена авторов, указанные в заголовке, не повторяются в сведениях об ответственности. Поэтому:

Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 494 с.

Если авторов четыре и более, то заголовок не применяют (ГОСТ 7.80-2000).

Авторефераты

Глухов В.А. Исследование, разработка и построение системы электронной доставки документов в библиотеке: Автореф. дис. канд. техн. наук. – Новосибирск, 2000. – 18 с.

Диссертации

Фенухин В. И. Этнополитические конфликты в современной России: на примере Северокавказского региона : дис.... канд. полит, наук. – М.. 2002. – С. 54-55.

Аналитические обзоры:

Экономика и политика России и государств ближнего зарубежья : аналит. обзор, апр. 2007 / Рос. акад. наук, Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. – М. : ИМЭМО, 2007. – 39 с.

Патенты:

Патент РФ № 2000130511/28, 04.12.2000.

Еськов Д.Н., Бонштедт Б.Э., Корешев С.Н., Лебедева Г.И., Серегин А.Г. Оптико-электронный аппарат // Патент России № 2122745.1998. Бюл. № 33.

Материалы конференций

Археология: история и перспективы: сб. ст. Первой межрегион, конф. Ярославль, 2003. 350 с.

Марьинских Д.М. Разработка ландшафтного плана как необходимое условие устойчивого развития города (на примере Тюмени) // Экология ландшафта и планирование землепользования: тезисы докл. Всерос. конф. (Иркутск, 11-12 сент. 2000 г.). – Новосибирск, 2000. – С. 125-128.

Интернет-документы:

Официальные периодические издания : электронный путеводитель / Рос. нац. б-ка, Центр правовой информации. [СПб.], 20052007. URL: http://www.nlr.ru/lawcenter/izd/index.html (дата обращения: 18.01.2007).

Логинова Л. Г. Сущность результата дополнительного образования детей // Образование: исследовано в мире: междунар. науч. пед. интернет-журн. 21.10.03. URL: http://www.oim.ru/reader.asp7nomers 366 (дата обращения: 17.04.07).

Рынок тренингов Новосибирска: своя игра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://nsk.adme.ru/news/2006/07/03/2121 .html (дата обращения: 17.10.08).

Литчфорд Е. У. С Белой Армией по Сибири [Электронный ресурс] // Восточный фронт Армии Генерала А. В. Колчака: сайт. – URL: http://east-front.narod.ru/memo/latchford.htm (дата обращения 23.08.2007).

КРАТКИЕ СООБЩЕНИЯ

Краткие сообщения представляются объемом не более 1 стр. машинописного текста без иллюстраций. Электронный вариант краткого сообщения может быть направлен по электронной почте edition@rae.ru.

ФИНАНСОВЫЕ УСЛОВИЯ

Статьи, представленные членами Академии (профессорами РАЕ, членами-корреспондентами, действительными членами с указанием номера диплома) публикуются на льготных условиях. Члены РАЕ могут представить на льготных условиях не более одной статьи в номер.

Для членов РАЕ стоимость одной публикации – 350 рублей.

Для других специалистов (не членов РАЕ) стоимость одной публикации – 1250 рублей.

Публикация для аспирантов бесплатно (единственный автор).

Краткие сообщения публикуются без ограничений количества представленных материалов от автора (300 рублей для членов РАЕ и 400 рублей для других специалистов). Краткие сообщения, как правило, не рецензируются. Материалы кратких сообщений могут быть отклонены редакцией по этическим соображениям, а также в виду явного противоречия здравому смыслу. Краткие сообщения публикуются в течение двух месяцев.

Оплата вносится перечислением на расчетный счет.

Получатель ИНН 5837035110 КПП 583701001 ООО «Издательство «Академия Естествознания»	Сч. №	40702810822000010498
Банк получателя АКБ «АБСОЛЮТ БАНК» (ЗАО) г. Москва	БИК Сч. №	044525976 30101810500000000976

Назначение платежа: Издательские услуги. Без НДС. ФИО.

Публикуемые материалы, сопроводительное письмо, копия платежного документа направляются по адресу:

– г. Москва, 105037, а/я 47, АКАДЕМИЯ ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ, редакция журнала «СОВРЕМЕННЫЕ НАУКОЕМКИЕ ТЕХНОЛОГИИ» (для статей)

или

– по электронной почте: edition@rae.ru. При получении материалов для опубликования по электронной почте в течение семи рабочих дней редакцией высылается подтверждение о получении работы.

☎ (499)-7041341, (8452)-477677,
(8452)-534116
Факс (8452)-477677

stukova@rae.ru;
edition@rae.ru
http://www.rae.ru;
http://www.congressinform.ru

**Библиотеки, научные и информационные организации,
получающие обязательный бесплатный экземпляр печатных изданий**

№ п/п	Наименование получателя	Адрес получателя
1.	Российская книжная палата	121019, г. Москва, Кремлевская наб., 1/9
2.	Российская государственная библиотека	101000, г. Москва, ул. Воздвиженка, 3/5
3.	Российская национальная библиотека	191069, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, 18
4.	Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук	630200, г. Новосибирск, ул. Восход, 15
5.	Дальневосточная государственная научная библиотека	680000, г. Хабаровск, ул. Муравьева-Амурского, 1/72
6.	Библиотека Российской академии наук	199034, г. Санкт-Петербург, Биржевая линия, 1
7.	Парламентская библиотека аппарата Государственной Думы и Федерального собрания	103009, г. Москва, ул.Охотный ряд, 1
8.	Администрация Президента Российской Федерации. Библиотека	103132, г. Москва, Старая пл., 8/5
9.	Библиотека Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова	119899, г. Москва, Воробьевы горы
10.	Государственная публичная научно-техническая библиотека России	103919, г. Москва, ул. Кузнецкий мост, 12
11.	Всероссийская государственная библиотека иностранной литературы	109189, г. Москва, ул. Николоямская, 1
12.	Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук	117418, г. Москва, Нахимовский пр-т, 51/21
13.	Библиотека по естественным наукам Российской академии наук	119890, г. Москва, ул. Знаменка 11/11
14.	Государственная публичная историческая библиотека Российской Федерации	101000, г. Москва, Центр, Старосадский пер., 9
15.	Всероссийский институт научной и технической информации Российской академии наук	125315, г. Москва, ул. Усиевича, 20
16.	Государственная общественно-политическая библиотека	129256, г. Москва, ул. Вильгельма Пика, 4, корп. 2
17.	Центральная научная сельскохозяйственная библиотека	107139, г. Москва, Орликов пер., 3, корп. В
18.	Политехнический музей. Центральная политехническая библиотека	101000, г. Москва, Политехнический пр-д, 2, п. 10
19.	Московская медицинская академия имени И.М. Сеченова, Центральная научная медицинская библиотека	117418, г. Москва, Нахимовский пр-кт, 49
20.	ВИНИТИ РАН (отдел комплектования)	125190, г. Москва, ул. Усиевича, 20, комн. 401.

УВАЖАЕМЫЕ АВТОРЫ!

ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА ПРЕДЛАГАЕМ РАЗЛИЧНЫЕ СПОСОБЫ ПОДПИСКИ НА ЖУРНАЛ «СОВРЕМЕННЫЕ НАУКОЕМКИЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Стоимость подписки

На 1 месяц (2012 г.)	На 6 месяцев (2012 г.)	На 12 месяцев (2012 г.)
720 руб. (один номер)	4320 руб. (шесть номеров)	8640 руб. (двенадцать номеров)

Заполните приведенную ниже форму и оплатите в любом отделении сбербанка.

Извещение

СБЕРБАНК РОССИИ *Форма № ПД-4*

ООО «Издательство «Академия Естествознания»

(наименование получателя платежа)

ИНН 5837035110	40702810822000010498
(ИНН получателя платежа)	(номер счёта получателя платежа)

АКБ «АБСОЛЮТ БАНК» (ЗАО) г. Москва

(наименование банка получателя платежа)

БИК 044525976	30101810500000000976
КПП 583701001	(№ кор./сч. банка получателя платежа)

Ф.И.О. плательщика _____

Адрес плательщика _____

Подписка на журнал «_____»

(наименование платежа)

Сумма платежа _____ руб. ____ коп. Сумма оплаты за услуги _____ руб. ____ коп.

Итого _____ руб. ____ коп. «____»_____ 201_ г.

Кассир

С условиями приёма указанной в платёжном документе суммы, в т.ч. суммой взимаемой платы за услуги банка, ознакомлен и согласен

Подпись плательщика _____

Квитанция

СБЕРБАНК РОССИИ *Форма № ПД-4*

ООО «Издательство «Академия Естествознания»

(наименование получателя платежа)

ИНН 5837035110	40702810822000010498
(ИНН получателя платежа)	(номер счёта получателя платежа)

АКБ «АБСОЛЮТ БАНК» (ЗАО) г. Москва

(наименование банка получателя платежа)

БИК 044525976	30101810500000000976
КПП 583701001	(№ кор./сч. банка получателя платежа)

Ф.И.О. плательщика _____

Адрес плательщика _____

Подписка на журнал «_____»

(наименование платежа)

Сумма платежа _____ руб. ____ коп. Сумма оплаты за услуги _____ руб. ____ коп.

Итого _____ руб. ____ коп. «____»_____ 201_ г.

Кассир

С условиями приёма указанной в платёжном документе суммы, в т.ч. суммой взимаемой платы за услуги банка, ознакомлен и согласен

Подпись плательщика _____

Копию документа об оплате вместе с подписной карточкой необходимо выслать по факсу 845-2-47-76-77 или **E-mail: stukova@rae.ru**

Подписная карточка

Ф.И.О. ПОЛУЧАТЕЛЯ (ПОЛНОСТЬЮ)	
АДРЕС ДЛЯ ВЫСЫЛКИ ЗАКАЗНОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ (ИНДЕКС ОБЯЗАТЕЛЬНО)	
НАЗВАНИЕ ЖУРНАЛА (укажите номер и год)	
Телефон (указать код города)	
E-mail, ФАКС	

ЗАКАЗ ЖУРНАЛА «СОВРЕМЕННЫЕ НАУКОЕМКИЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Для приобретения журнала необходимо:
1. Оплатить заказ.
2. Заполнить форму заказа журнала.
3. Выслать форму заказа журнала и сканкопию платежного документа в редакцию журнала по **E-mail: stukova@rae.ru.**

Стоимость одного экземпляра журнала (с учетом почтовых расходов):

Для физических лиц – 615 рублей
Для юридических лиц – 1350 рублей
Для иностранных ученых – 1000 рублей

ФОРМА ЗАКАЗА ЖУРНАЛА

Информация об оплате способ оплаты, номер платежного документа, дата оплаты, сумма	
Сканкопия платежного документа об оплате	
ФИО получателя полностью	
Адрес для высылки заказной корреспонденции индекс обязательно	
ФИО полностью первого автора запрашиваемой работы	
Название публикации	
Название журнала, номер и год	
Место работы	
Должность	
Ученая степень, звание	
Телефон (указать код города)	
E-mail	

Особое внимание обратите на точность почтового адреса с индексом, по которому вы хотите получать издания. На все вопросы, связанные с подпиской, Вам ответят по телефону: 845-2-47-76-77.

По запросу (факс 845-2-47-76-77, E-mail: stukova@rae.ru) высылается счет для оплаты подписки и счет-фактура.

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ (РАЕ)
РАЕ зарегистрирована 27 июля 1995 г.
в Главном Управлении Министерства Юстиции РФ В г. Москва

Академия Естествознания рассматривает науку как национальное достояние, определяющее будущее нашей страны и считает поддержку науки приоритетной задачей. Важнейшими принципами научной политики Академии являются:

− опора на отечественный потенциал в развитии российского общества;

− свобода научного творчества, последовательная демократизация научной сферы, обеспечение открытости и гласности при формировании и реализации научной политики;

− стимулирование развития фундаментальных научных исследований;

− сохранение и развитие ведущих отечественных научных школ;

− создание условий для здоровой конкуренции и предпринимательства в сфере науки и техники, стимулирование и поддержка инновационной деятельности;

− интеграция науки и образования, развитие целостной системы подготовки квалифицированных научных кадров всех уровней;

− защита прав интеллектуальной собственности исследователей на результаты научной деятельности;

− обеспечение беспрепятственного доступа к открытой информации и прав свободного обмена ею;

− развитие научно-исследовательских и опытно-конструкторских организаций различных форм собственности, поддержка малого инновационного предпринимательства;

− формирование экономических условий для широкого использования достижений науки, содействие распространению ключевых для российского технологического уклада научно-технических нововведений;

− повышение престижности научного труда, создание достойных условий жизни ученых и специалистов;

− пропаганда современных достижений науки, ее значимости для будущего России;

− защита прав и интересов российских ученых.

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ АКАДЕМИИ

1. Содействие развитию отечественной науки, образования и культуры, как важнейших условий экономического и духовного возрождения России.

2. Содействие фундаментальным и прикладным научным исследованиям.

3. Содействие сотрудничеству в области науки, образования и культуры.

СТРУКТУРА АКАДЕМИИ

Региональные отделения функционируют в 61 субъекте Российской Федерации. В составе РАЕ 24 секции: физико-математические науки, химические науки, биологические науки, геолого-минералогические науки, технические науки, сельскохозяйственные науки, географические науки, педагогические науки, медицинские науки, фармацевтические науки, ветеринарные науки, экономические науки, философские науки, проблемы развития ноосферы, экология животных, исторические науки, регионоведение, психологические науки, экология и здоровье населения, юридические науки, культурология и искусствоведение, экологические технологии, филологические науки.

Членами Академии являются более 5000 человек. В их числе 265 действительных членов академии, более 1000 членов-корреспондентов, 630 профессоров РАЕ, 9 советников. Почетными академиками РАЕ являются ряд выдающихся деятелей науки, культуры, известных политических деятелей, организаторов производства.

В Академии представлены ученые России, Украины, Белоруссии, Узбекистана, Туркменистана, Германии, Австрии, Югославии, Израиля, США.

В состав Академии Естествознания входят (в качестве коллективных членов, юридически самостоятельных подразделений, дочерних организаций, ассоциированных членов и др.) общественные, производственные и коммерческие организации. В Академии представлено около 350 вузов, НИИ и других научных учреждений и организаций России.

ЧЛЕНСТВО В АКАДЕМИИ

Уставом Академии установлены следующие формы членства в академии.

1) профессор Академии
2) коллективный член Академии
3) советник Академии
4) член-корреспондент Академии

5) действительный член Академии (академик)

6) почетный член Академии (почетный академик)

Ученое звание профессора РАЕ присваивается преподавателям высших и средних учебных заведений, лицеев, гимназий, колледжей, высококвалифицированным специалистам (в том числе и не имеющим ученой степени) с целью признания их достижений в профессиональной, научно-педагогической деятельности и стимулирования развития инновационных процессов.

Коллективным членом может быть региональное отделение (межрайонное объединение), включающее не менее 5 человек и выбирающее руководителя объединения. Региональные отделения могут быть как юридическими, так и не юридическими лицами.

Членом-корреспондентом Академии могут быть ученые, имеющие степень доктора наук, внесшие значительный вклад в развитие отечественной науки.

Действительным членом Академии могут быть ученые, имеющие степень доктора наук, ученое звание профессора и ранее избранные членами-корреспондентами РАЕ, внесшие выдающийся вклад в развитие отечественной науки.

Почетными членами Академии могут быть отечественные и зарубежные специалисты, имеющие значительные заслуги в развитии науки, а также особые заслуги перед Академией. Права почетных членов Академии устанавливаются Президиумом Академии.

С подробным перечнем документов можно ознакомиться на сайте **www.rae.ru**

ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Региональными отделениями под эгидой Академии издаются: монографии, материалы конференций, труды учреждений (более 100 наименований в год).

Издательство Академии Естествознания выпускает шесть общероссийских журналов:

1. «Успехи современного естествознания»
2. «Современные наукоемкие технологии»
3. «Фундаментальные исследования»
4. «Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований»
5. «Международный журнал экспериментального образования»
6. «Современные проблемы науки и образования»

Издательский Дом «Академия Естествознания» принимает к публикации монографии, учебники, материалы трудов учреждений и конференций.

ПРОВЕДЕНИЕ НАУЧНЫХ ФОРУМОВ

Ежегодно Академией проводится в России (Москва, Кисловодск, Сочи) и за рубежом (Италия, Франция, Турция, Египет, Таиланд, Греция, Хорватия) научные форумы (конгрессы, конференции, симпозиумы). План конференций – на сайте **www.rae.ru.**

ПРИСУЖДЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО СЕРТИФИКАТА КАЧЕСТВА РАЕ

Сертификат присуждается по следующим номинациям:

• Лучшее производство – производители продукции и услуг, добившиеся лучших успехов на рынке России;

• Лучшее научное достижение – коллективы, отдельные ученые, авторы приоритетных научно-исследовательских, научно-технических работ;

• Лучший новый продукт – новый вид продукции, признанный на российском рынке;

• Лучшая новая технология – разработка и внедрение в производство нового технологического решения;

• Лучший информационный продукт – издания, справочная литература, информационные издания, монографии, учебники.

Условия конкурса на присуждение «Национального сертификата качества» на сайте РАЕ **www.rae.ru.**

С подробной информацией о деятельности РАЕ (в том числе с полными текстами общероссийских изданий РАЕ) можно ознакомиться на сайте РАЕ – www.rae.ru

105037, г. Москва, а/я 47,
Российская Академия Естествознания.
E-mail: **stukova@rae.ru**
edition@rae.ru