

70-ЛЕТИЮ ВЕЛИКОЙ ПОБЕДЫ ПОСВЯЩАЕТСЯ



ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

**СОВРЕМЕННАЯ
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА**

ЭНЕРГИЯ-2015

ДЕСЯТАЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ
И МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ

21-23 апреля 2015 г.
г. Иваново

ТОМ 6



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

СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА

«ЭНЕРГИЯ-2015»

ДЕСЯТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ
И МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ

г. Иваново, 21-23 апреля 2015 г.

МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИИ

ТОМ 6

ИВАНОВО

ИГЭУ

2015

УДК 330 + 332 + 336 + 338
ББК 65

Современная экономическая наука. Энергия-2015. Десятая международная научно-техническая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых, 21-23 апреля 2015 г., г. Иваново: материалы конференции. – Иваново: ИГЭУ, 2015. – В 7 т. – Том 6. – 188 с.

Доклады студентов, аспирантов и молодых учёных, помещенные в сборник материалов конференции, отражают основные направления научной деятельности в области экономических наук.

Сборник предназначен для студентов, аспирантов и преподавателей вузов, интересующихся вопросами развития современной экономики.

Тексты докладов представлены авторами в виде файлов, сверстаны и при необходимости сокращены. Авторская редакция сохранена.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Председатель Оргкомитета: проректор по научной работе, д.т.н., проф. **В.В. ТЮТИКОВ**

Зам. председателя: начальник управления НИРС и ТМ, к.т.н., доц. **А.В. МАКАРОВ**

Члены оргкомитета по направлению: декан факультета экономики и управления д.э.н., проф. **А.М. КАРЯКИН**; зав. кафедрой менеджмента и маркетинга к.э.н., проф. **Ю.Ф. БИТЕРЯКОВ**; зав. кафедрой экономики и организации предприятия д.э.н., проф. **В.И. КОЛИБАБА**; заместитель декана ФЭУ по НИРС к.э.н., доц. **О.Е. ИВАНОВА**.

Секция 32
МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ИННОВАЦИИ

Председатель – заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга, канд. экон. наук, проф. Ю.Ф. БИТЕРЯКОВ

Секретарь – канд. экон. наук, доц. О.Е. ИВАНОВА

*Бакова А.А., студ.; рук. Кутурина Е.П., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

**ВЛИЯНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ НА
РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ**

Для прогноза рынка ценных бумаг необходимо проанализировать экономическое поведение населения. На менталитет россиян за последние 100 лет повлияли: война; эмиграция; национализация в советское время; частые «обманы» государства, при которых население теряло накопленные денежные средства; всевозможные финансовые пирамиды.

Россия – это многонациональная страна, поэтому влияние на российский рцб будут оказывать традиции различных народов. Привлечению инвесторов мешают факторы религиозной, социальной, психологической, исторической жизни общества.

По данным всероссийского опроса, население страны причисляет себя к следующим конфессиям:

- Православие – 75%;
- Ислам – 5%;
- Католицизм, протестантизм, иудаизм, буддизм – 1%;
- Другие конфессии – около 1%;
- Неверующие – 8%.

Так как большую часть населения исповедуют православие, то и большее влияние на рцб будет оказывать православные традиции.

Отношение православия к инвестированию можно назвать как сдержанно-негативное. Православная церковь частично признает частную собственность, но государственную считает преимущественной. Деятельность по торговле с ценными бумагами, по большей части, институт православ-

ной церкви не признает, объясняя это личным обогащением и отсутствием нравственности.

Влияние исламской религии на инвестирование заключается в священной книге мусульман Коране, в которой прописывается запрет на риб (ссудный процент), а также запрещается ведение бизнес-отношений с немусульманами и компаниями, связанные с продажей алкоголя, свинины. На данном этапе развития влияние религии ослаблено: многие верующие не соблюдают религиозных предписаний.

Например, исламские инвестиции часто существуют в форме фондов или трастов, как средство не личного обогащения, а улучшения жизни населения.[1]

Российский менталитет таков, что доверия нет. Если происходит какое-то событие, то первая мысль у российского человека, что его обманывают и он «не верит» рынку. По большей части это связано с прошлым жизненным опытом. Инвестиционная активность граждан была подорвана крахом финансовых пирамид, например, «МММ».

В 90-х гг. 20-го века население страны стали владельцами ваучеров, так называемыми приватизационными чеками, которые граждане получали в процессе приватизации собственности государства. Приватизационные чеки были государственными ценными бумагами. Итоги приватизации государственности оказались весьма неутешительными из-за внушительных размеров инфляции. Кроме того, данные последствия привели к ликвидации вкладов населения. В итоге на современном этапе развития рцб население может принимать только низкие уровни риска.

В других странах мира инвестиции населения составляют очень внушительную долю в общем объеме вложений в ценные бумаги.

Так, например, на рынке ценных бумаг США заявок на покупку акций поступает больше от физических лиц, чем от всех других групп инвесторов, хотя индивидуальные инвесторы крайне редко заключают крупные сделки.

Например, в Великобритании одним из методов регулирования рынка ценных бумаг являются традиции и другие неформальные способы регулирования, такие как, единый стиль поведения, переговоры по разрешению сложных спорных. Государственные облигации в Англии гарантируют высокую степень надежности.

Индивидуальных инвесторов США и Великобритании отличает более высокая восприимчивость к риску. Это связано с тем, что население воспитано в англосаксонской традиции.

В настоящее время, по моему мнению, стабильность для населения намного важнее, чем экономическая состоятельность. В свою очередь, это касается наших родителей, бабушек и дедушек, которые родились и выросли в СССР. Так как в 20-м веке население России пребывало в условиях политической, экономической «не свободы». По сути, население в ряде

развитых страх является основой рцб нежели в России. Чтобы российский рцб развивался, нужно делать упор на молодое поколение, менять их еще неустоявшийся менталитет, помочь разобраться в том, как работает рынок ценных бумаг, а может и создать новые традиции, которые будут развивать рцб только вперед. Так же, одной из причин, влияющих на рынок ценных бумаг является финансовая не грамотность населения. Ведь большая часть граждан не знает какую роль играет рынок ценных бумаг и даже что такое акции, облигации и « с чем это едят».

Библиографический список

1. **Калининкова Т.** Набожные собственники ведут циничный бизнес // Финанс №01 (236). 13 января, 2008 г.
2. **Стародубцева Е.Б.** Рынок ценных бумаг: учебник. М.:ИД «Форум», Инфра-М, 2006.

*Белов Ю., Сидоров И., студ.; рук. Л.В. Голубева, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

В настоящее время малый бизнес играет значительную роль в со ную роль в современной экономике. В развитых странах он выполняет опорную функцию и является основой хозяйственной жизни. Россия страна развивающаяся, и в последние несколько лет по данным Росстата, на 1 января 2013 г. в стране действовали 238,1 тысяча малых предприятий, что существенно меньше чем в Европе. По да пе. По данным федеральной службы государственной статистики России в 2011 году наблюдалось увеличение количества малых пред- приятий. Систему государственной поддержки малого предпринимательства в настоящее время составляют:

- государственные нормативно-правовые акты, направленные на поддержку и развитие малого предпринимательства;
- государственный аппарат, представляющий собой совокупность государственных институциональных структур, ответственных за развитие малого предпринимательства, обеспечивающих реализацию государственной политики в этой сфере и осуществляющих регулирование сферы малого предпринимательства и управление инфраструктурой его поддержки;
- государственная инфраструктура поддержки малого предпринимательства, включающая некоммерческие и коммерческие организации, созданные с участием или без участия государства, деятельность которых

иницируется, поощряется и поддерживается государством, и предназначенная для реализации системы государственной поддержки, направленной на развитие малого предпринимательства.

Государственная поддержка малого бизнеса направлена на снижение рискованности малого бизнеса. Ресурсная необеспеченность заставляет государство поддерживать малый бизнес по следующим основным направлениям:

- финансовая поддержка (формирование государственных программ обеспечивающих льготное кредитование малых предприятий, субсидии, налоговых и амортизационных льгот и т.д.);

- материально-техническая поддержка (различные формы предоставления технологии и оборудования в аренду малого бизнеса, создание технопарков и т.д.);

- консультативная и информационная поддержка (обеспечение доступа к техническим библиотекам, базам данных, оказание консультативных и правовых услуг, особенно по проблемам создания, управления, налогообложения и т.д.);

- создание рыночной инфраструктуры (локальных ярмарок, рынков оборудования и технологий для малых фирм, рынков сбыта и т.д.).

Расширение масштабов деятельности малых предприятий, увеличение их вклада в экономику и формирование социальной стабильности требует системной и комплексной поддержки развитие малого бизнеса как на федеральном, так и на региональном и муниципальном уровнях. Органы государственной власти и местного самоуправления должны координировать работу различных структур в области малого предпринимательства, разрабатывать предложения по содействию малым предприятиям, проводить анализ и оценку программ развития данной сферы, организовывать и изучать новые формы предпринимательства, разрабатывать рекомендации по привлечению иностранных инвестиций.

Минэкономразвития РФ реализует комплекс мероприятий по государственной поддержке малого предпринимательства, включая следующие направления:

- создание и развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства (бизнес-инкубаторов);

- поддержка субъектов малого предпринимательства, производящих и реализующих товары (работы, услуги), предназначенные для экспорта;

- развитие системы кредитования субъектов малого предпринимательства;

- создание и развитие инфраструктуры поддержки малых предприятий в научно-технической сфере;

- поддержка региональных программ развития малого и среднего предпринимательства.

План по спасению малого бизнеса, предложенный Минэкономразвития, предполагал поддержать малый бизнес упрощенным подключением к энергосетям, долгосрочной арендой производственных площадей и их выкупом без конкурса. Сейчас в рамках антикризисной программы делается ставка на господдержку через банковский сектор путем выделения микрозаймов, поддержку гарантийных фондов, субсидирование ставок малому и среднему бизнесу, а также гранты безработным и начинающим бизнесменам. Но количество желающих участвовать в региональных и муниципальных программах ничтожно мало. Например, в Санкт-Петербурге меньше процента предпринимателей воспользовались поддержкой государства. Поскольку в среде бизнесменов бытует мнение, что от бюджетных денег следует держаться подальше. И не только потому, что они дорого обходятся в буквальном смысле этого слова. Скорее из-за того, что изматывающим морально, и длительным по времени оказывается непосредственно сам процесс сбора и предоставления необходимых бумаг для получения какой-либо из государственных преференций.

Таким образом, в общем, государство не остается в стороне, предпринимает достаточные меры для преодоления кризисной ситуации, разрабатывает новые законопроекты для облегчения ведения малого бизнеса и вносит поправки в уже выпущенные, что позволяет государству решать некоторые проблемы в области малого и среднего бизнеса. Однако этот процесс не должен останавливаться, в связи с происходящими изменениями в мировой экономической обстановке, оказывающей влияние на российскую экономику, благоприятным для развития бизнеса, было бы, более гибкое реагирование со стороны государства.

Библиографический список

1. **Березина Е.** В РФ число малых предприятий за год выросло почти на 9 процентов // Российская газета. 2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2013/05/06/biznes-site-anons.html> (дата обращения 17.10.2013).
2. **Березина Е.** Задержка в развитии // Российская газета. 2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2013/02/05/predpriyatia.html>
3. Постановление Правительства Москвы от 4 августа 2009 г. № 724-пп «О городской целевой программе развития и поддержки малого и среднего предпринимательства в городе Москве на 2010—2012 гг.».
4. **Бухарова О.В.** От малого не жди большого // Российская газета. 2013. Спецвып. 4858. С. 3-5.

РАЗРАБОТКА БРЕНДА ДЛЯ ШВЕЙНОГО АТЕЛЬЕ

Несмотря на обилие магазинов модной одежды в нашем городе, всё ещё остаётся большое количество людей, которые хотят носить только уникальную, пошитую специально для них одежду. Несмотря на существующую конкуренцию предприятий по ремонту и пошиву одежды, спрос на данный вид услуг продолжает расти. Именно поэтому открытие швейного ателье - прекрасный способ начать свой бизнес.

Для того, чтобы сделать вывод о том, в каком направлении организация должна развивать свой бизнес и каким образом лучше распределить ресурсы, был произведен SWOT-анализ (табл.1).

Таблица 1 – Результаты SWOT-анализа

Сильные стороны	Слабые стороны
Качественное оказание услуг по пошиву и ремонту одежды Работа с любыми материалами Авторский подход к пошиву Высокое качество обслуживания	Неизвестный бренд Небольшое количество рабочих
Возможности	Угрозы
Удачное месторасположение Заключение договоров с танцевальными коллективами Приобретение хорошего имиджа, положительное отношение контактной аудитории	Появление конкурентов в микрорайоне Аварии\поломки Удорожание энергоресурсов\арендной платы

В результате проведенного анализа стало очевидно, что для выживания в условиях жесткой конкуренции и экономического кризиса новому предприятию необходимо уделить большое внимание маркетингу.

Одним из основных является вопрос: каким образом можно преобразовать слабые стороны в сильные?

Первой проблемой вновь открывающегося ателье (его слабой стороной) является неизвестный бренд.

Название компании — один из первых вопросов, который заботит начинающего предпринимателя. Совершенно ясно, что слова имеют большую силу и действуют в том числе и на подсознание. Поэтому если речь идет о торговой марке, под которой компания будет работать на рынке, необходимо тщательно рассмотреть все возникшие варианты, оценив их

предположительное влияние на продажи, репутацию и возможности продвижения фирмы [1].

Первое мнение о любой организации формируется по его названию. Бывает, что решение обратиться или нет к услугам, потенциальные клиенты принимают, руководствуясь исключительно «буквенным кодом». Грамотное название также позволяет компании выделиться среди конкурентов. Поэтому к выбору названия следует отнестись со всей серьезностью.

Название должно отражать или хотя бы намекать на то, чем занимается данная фирма, какие услуги оказывает. Так же важно помнить, что название должно работать на ту аудиторию клиентов, которую мы хотели бы привлечь. Слишком сложное название может демонстрировать престижность, но в то же время отпугивать клиентов с низким доходом; слишком простое – агитировать к заказам не столь высоко оплачиваемым.

При регистрации названия фирмы (непосредственно в налоговой инспекции или с помощью сторонних фирм: «ИБИС», «ЦАБ», «Статус», «АСТЕР», «Паритет» и др.), учитываются следующие ограничения [2]:

- Как бы этого ни хотелось, название фирмы не должно подразумевать или даже намекать, что организация является государственной. То есть названия, в которых используются слова «парламентский», «премьер-министр», «законодательный» и т.п., скорее всего, будут отклонены при регистрации.

- Нельзя использовать название для компании, если смысл его будет искажать действительное положение и деятельность организации.

- Запрещено использовать нецензурную лексику или такие слова и выражения, которые будут означать, что организация предлагает непристойные, скандальные и безнравственные услуги или товары.

- Использовать в названии такие слова, как «Россия», «Российская Федерация», слово «федеральный» и образованные на их основе слова и словосочетания можно только с разрешения специальной правительственной комиссии [3].

Учитывая все рекомендации, было выбрано десять вариантов для названия организации «Ателье по ремонту и пошиву одежды», которые отражали специфику работы; некоторые были построены на основе фонетических ассоциаций (имитация звука ножниц).

Данные варианты были предложены к голосованию в социальных сетях. Каждый голосующий мог выбрать только один понравившийся ему вариант. В голосовании приняли участие 106 человек, результаты получились следующие:

Ребята! Активно голосуем за лучшее название для ателье! Свои варианты приветствуются! ;) Открытое голосование

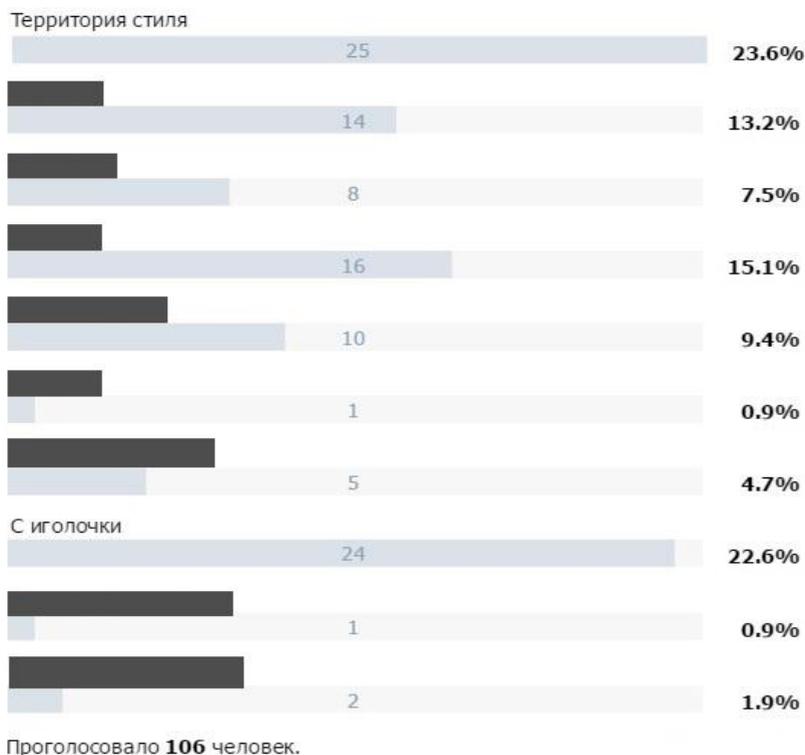


Рис. 1. Результаты голосования

Лучшими, на взгляд проголосовавших, оказались названия: «С иголочки» (24 положительных голоса) и «Территория стиля» (25 положительных голосов).

Таким образом, мы выявили названия, чей «буквенный код» наиболее благоприятствовал людям «со стороны», потенциальным клиентам будущего ателье.

Благодаря этим данным, стало возможным составить дальнейшую концепцию развития бренда наилучшим образом.

В данный момент идет работа над разработкой фирменного логотипа, после чего возможна регистрация фирменной марки.

Библиографический список

1. **Макашев М.** Бренд-менеджмент: учеб. пособие. СПб.: Изд-во «Питер», 2013.
2. Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания [Электронный ресурс].
URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_41604/
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): от 18.12.2006 N 230-ФЗ // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс].
URL:http://www.consultant.ru/popular/gkrf4/79_33.html

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

ОСОБЕННОСТИ ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РФ

Одной из ключевых проблем экономики современной России является недостаточное использование имеющегося инновационного потенциала. По данным статистики, ежегодные потери от несоответствия между затратами на НИОКР и конечными результатами деятельности предприятий составляют десятки миллиардов долларов. Основной причиной сложившейся ситуации является недостаточная развитость такого важного субъекта инновационной экономики, как малое инновационное предпринимательство.

За рубежом давно сложились механизмы поддержки инновационной деятельности малого бизнеса. Это, прежде всего, государственные методы поддержки, такие как инициирование и финансирование инновационной инфраструктуры (бизнес-инкубаторы, технопарки, технополисы); налоговое стимулирование, разработка и предложения финансовыми институтами специализированных продуктов для МИП (разнообразные программы кредитования малого и среднего бизнеса банковскими учреждениями, особенно программ для start-ups), государственные гарантии и т.п. Особое место в зарубежной практике деятельности инновационных предприятий занимает прямое финансирование инновационных проектов – венчурное финансирование [1].

Венчурное финансирование – это своеобразный вид инвестирования средств в новые высокотехнологичные компании для обеспечения их становления, роста и развития с целью получения прибыли в случае успешной реализации проекта. Венчурное финансирование, активно используемое в развитых странах на протяжении нескольких десятилетий, способствовало реализации ряда крупнейших инноваций в сфере микроэлектро-

ники, информационных технологий, биотехнологий и т.д. во второй половине XX столетия.

Наиболее известными формами поддержки малого инновационного бизнеса за рубежом являются программа SBIR, реализуемая в США (Small Business Innovation Research Program), которая обеспечивает начальным капиталом МИП, поэтапно финансирует инновацию до момента ее коммерциализации за счет средств правительства и венчурных фондов, а также программа STRR (Small Business Technology Transfer) – программа передачи технологий малого бизнеса. В Канаде реализуется программа IRAP (Industrial Research Assistance Program) с целью повышения инновационного потенциала малых предприятий. Главной задачей всех этих программ является поддержка малых компаний для стимулирования роста их собственных вложений в НИОКР [2].

В России, на настоящее время, существует ряд финансовых институтов, которые своей целью ставят стимулирование процессов доведения инноваций до практического использования. Это Российская венчурная компания (ОАО «РВК»), исполняющая роль государственного фонда венчурных фондов в РФ; Фонд Технологического Развития (РФТР), финансирующий проекты на стадии исследования и разработки; Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (Фонд содействия), финансирующий стадию коммерческого выпуска продукции фирмой и вновь созданные инновационные компании; Венчурный инновационный фонд (ВИФ), который на долевой основе формирует и распределяет отраслевые и региональные венчурные фонды, поддерживает фирмы, производящие продукции критических технологий. Среди вышеперечисленных фондов автор статьи хотел бы особо выделить Фонд содействия, который опирается в своей деятельности на зарубежную практику, использует подход фиксированных отчислений (идея SBIR, США) и идею региональных представительств (идея ANVAR, Франция). Все отечественные фонды, так же как и институты поддержки малого инновационного бизнеса, осуществляют поддержку фирм, победивших в открытом конкурсе [3].

По данным Российской Ассоциации венчурного финансирования, в РФ по состоянию на 2014 год действует 70 общероссийских фондов, около 30 основных венчурных фондов (фонды прямых инвестиций) и около 40 зарубежных фондов и компаний. Инфраструктура поддержки венчурного бизнеса достаточно развита и включает в себя ВИФ, РВК, Российскую корпорацию нанотехнологий, российские и региональные венчурные ярмарки, систему коучинг-центров, систему информационной поддержки – Интернет-портал по венчурному предпринимательству, систему подготовки специалистов для венчурного предпринимательства, специализированные биржевые площадки по торговле акциями высокоспециализированных компаний, не котируемых на фондовых биржах [4].

Несмотря на имеющуюся поддержку МИП их инновационное развитие весьма затруднено. В РФ отмечается постепенное увеличение объемов венчурных вложений в МИП за последние годы, реализуется Федеральная целевая программа поддержки малых предприятий. Однако существуют факторы, ограничивающие развитие венчурного финансирования инновационной деятельности. К ним можно отнести слабую нормативно-правовую базу, регулирующую научно-техническую и инновационную деятельность, практически отсутствуют нормативно-правовые акты, обеспечивающие функционирование венчурного финансирования малого инновационного бизнеса; низкие приоритеты предпринимательской деятельности в области малого и среднего бизнеса, неэффективное использование средств венчурных фондов, неразвитость инфраструктуры, способной обеспечивать эффективное сотрудничество субъектов венчурной индустрии и МИП, отсутствие квалифицированного менеджмента (недостаточное количество квалифицированных управляющих венчурными фондами), низкая прозрачность российского рынка интеллектуального капитала и отечественных предприятий для венчурных инвесторов. Результатом действия всех вышеперечисленных факторов является то, что по некоторым оценкам, венчурные инвестиции в РФ за 2013 год не превысили 3,2 млрд. долларов США [5].

Таким образом, механизм венчурного финансирования в РФ должен быть интегрирован в инновационно-инвестиционную систему, основная цель которой – обеспечение высокого качества жизни населения. Стимулирование роста высокотехнологических секторов в РФ может быть более успешным через участие государства в венчурных фондах, чем путем выделения прямых государственных инвестиций. Следует отметить, что венчурное финансирование является реальным механизмом, обеспечивающим инновационное развитие страны. Для решения назревших проблем венчурного бизнеса требуется внедрение мер государственной поддержки, направленных на создание благоприятных условий и инфраструктуры для реализации инноваций.

Библиографический список

1. invest-rating.ru/encyclopedia.
2. **Афонин И.В.** Инновационный менеджмент: учебное пособие. М.: Гардарики, 2008.
3. Инновационные проекты малого бизнеса. Портал информационной поддержки инновационных проектов [Электронный ресурс]. URL: <http://www.projects.innovbusiness.ru/content/section>.
4. Российская ассоциация венчурного инвестирования [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rvca.ru/rus/>.
5. <http://telecomblog.ru/analitika-i-isledovaniya/na-25-vyros-rossijskij-venchurnyj-rynok-v-2013-godu>

МЕТОДИКА ОБОСНОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ НА РЫНКЕ НОТАРИАЛЬНЫХ УСЛУГ

Нотариат в Российской Федерации служит целям защиты прав и законных интересов граждан и юридических лиц, обеспечивая совершение нотариусами, работающими в государственных конторах либо занимающимися частной практикой, предусмотренных законодательными актами нотариальных действий от имени Российской Федерации [1].

В настоящее время в Российской Федерации законодательно определено два вида субъектов нотариальной деятельности – государственные и частнопрактикующие нотариусы. И те, и другие реализуют государственные функции, однако способы ценообразования на услуги у них различны.

Для государственных нотариусов законодательно определен не только перечень предоставляемых услуг, но и размер взимаемого за них тарифа (государственная пошлина). Кроме того, государство берет на себя бремя финансово-хозяйственного обеспечения государственных нотариусов.

Частнопрактикующие нотариусы осуществляют финансово-хозяйственную деятельность за счет собственных средств, т.е. по принципу самофинансирования. Однако установленные государством тарифы не покрывают в полном объеме расходов, связанных с нотариальной деятельностью.

Таким образом, полная стоимость услуг нотариуса за работу по каждому документу складывается из 2 компонентов – государственная пошлина и дополнительный тариф на услуги правового и технического характера, устанавливаемый произвольно, но в пределах государственного регулирования со стороны нотариальных палат (рис. 1).



Рис.1. Структура нотариального тарифа частнопрактикующего нотариуса

Также необходимо отметить что в результате введения частнопрактикующими нотариусами дополнительного тарифа за услуги правового и

технического характера, на рынке нотариальных услуг сложилась ситуация, когда за одно и тоже нотариальное действие (услугу) население платит по разным тарифам не только в разных регионах, но и зачастую внутри одного региона

Таким образом, возникла потребность в создании методики экономически обоснованного расчета нотариальных тарифов на услуги, оказываемые частнопрактикующими нотариусами по всей номенклатуре предоставляемых услуг.

Автором была разработана методика экономически обоснованного расчета нотариальных тарифов на услуги, оказываемые частнопрактикующими нотариусами, для применения нотариальными палатами регионов с учетом особенностей региона.

Сущность методики заключается в том, чтобы в среднесрочной перспективе (3 года) спрогнозировать динамику изменения нотариальных тарифов с учетом тенденций:

- сохранения сложившегося за предыдущие 3 года уровня «рентабельности» деятельности региональной нотариальной палаты;
- будущей динамики изменения наиболее влияющих факторов;
- прогнозируемого изменения уровня жизни в регионе (инфляции).

Предложенная методика позволит решить задачу единообразия формирования нотариальных тарифов на всей территории Российской Федерации. При этом нотариальный тариф находится под контролем государства, т.е. выполняется задача общедоступности услуги, защита ее социального статуса.

Апробация разработанной методики путем внедрения в 14 регионах РФ, различающихся по географическому, экономическому, демографическому социальному положению, показывает универсальность данной методики и возможность ее дальнейшего применения другими региональными нотариальными палатами субъектов Российской Федерации.

Библиографический список

1. Основы законодательства Российской Федерации о нотариате. Утв. ВС РФ 11.02.1993 N 4462-1. С изменениями и дополнениями от 21 июля 2014 г.
2. **Казакевич И.Л.** Проблемы реформирования нотариата в РФ // Нотариус. 2002. №2.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ПОЛЯРИЗАЦИЕЙ

Трансформационный период в экономике России был ознаменован мировым финансово-экономическим кризисом, активизацией процессов интеграции и глобализации, перераспределением капитала и рынков ресурсов. Доминирующей тенденцией экономического развития нашей страны стало усиление межрегиональных диспропорций в социально-экономическом развитии ее субъектов. Это обусловлено не только региональными особенностями природно-ресурсного потенциала, состоянием окружающей среды, демографическими тенденциями и т.д., но и тем, что рыночные механизмы далеко не всегда оказываются способными предупредить и преодолеть серьезные территориальные различия в экономической и социальной эффективности развития региональных хозяйственных комплексов, уровнях жизни населения. Возникшие диспропорции затрудняют дальнейшее эффективное развитие многих регионов, тормозят социально-экономические процессы. Происходит спад производства, снижается уровень жизни населения (возрастает уровень безработицы, уменьшаются доходы населения). Ежегодные потери ВВП из-за высокого уровня пространственной поляризации составляют 2-3 %, что, в условиях глобализации мировой экономики, ведет к снижению конкурентоспособности страны и ее отдельных регионов. Экономический спад носит глубокий системный характер и затрагивает практически все сферы социально-экономической жизни страны и ее регионов. Поэтому, пространственная поляризация и возникновение депрессивных регионов неизбежны для России. Но есть возможности управлять последствиями пространственной поляризации с помощью различных экономических инструментов, одним из которых является привлечение иностранных инвестиций. В сложившихся условиях иностранному инвестору особенно трудно определиться с направлениями капиталовложений, так как, в каждый конкретный момент времени, развитие региональной экономики порождает специфический комплекс проблем, требующих от него вложений в определенных объемах и структуре. В связи с этим, при формировании комплексной стратегии выравнивания регионального социально-экономического развития и активизации притока иностранного капитала, важно учитывать не только специфику неравномерного социально-экономического развития того или иного региона, но и интересы иностранного инвестора.

Реальный механизм управления развитием региона всегда конкретен, так как направлен на достижение конкретных целей. В нашем случае, на выравнивание социально-экономического развития Ивановской области,

как ярчайшего представителя депрессивных территорий. Данный процесс невозможно осуществить без активного сотрудничества федеральных и региональных властей и иностранных инвесторов.

На федеральном уровне первостепенная роль отводится Министерству регионального развития Российской Федерации. Его деятельность должна быть направлена на: разработку основных целей, приоритетов и направлений в области государственной политики формирования благоприятного климата для привлечения иностранных инвестиций в тот или иной регион; координацию целей и интересов федеральных и региональных органов власти и иностранных инвесторов; обеспечение финансирования мероприятий, направленных на формирование благоприятного инвестиционного климата (софинансирование, бюджетные гарантии, государственный заказ, снижение таможенных пошлин, проведение тендеров и т.п.) и т.д.

Центральной линией региональной политики в сфере выравнивания пространственной поляризации, привлечения и регулирования территориального распределения иностранных инвестиций становится усиление их социальной направленности; ориентация на создание новых рабочих мест; повышение доходов бюджетов и населения региона-получателя иностранного капитала.

Задачи иностранного инвестора характеризуются участием в разработке региональных программ и реализацией наиболее перспективных с точки зрения своевременного возврата инвестиционных проектов на территории региона на основе имеющихся в его распоряжении капитала, бизнес-идей и инноваций.

Реализация предложенных мероприятий позволит создать условия для формирования благоприятного инвестиционного климата, и, как следствие, привлечет в экономику области иностранного инвестора. В свою очередь, участие иностранного капитала в развитии региональной экономики будет способствовать повышению ее эффективности, и, в результате, повышению уровня жизни населения и сглаживанию пространственной поляризации.

Библиографический список

1. **Головачева О.А.** К вопросу о пространственной поляризации региональных экономик в России // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2014. -№ 2. С. 47-53.

СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ В ТЕННИСНОМ ЦЕНТРЕ

На сегодняшний день рынок спортивных услуг не использует все возможности с учетом своего потенциала. Для популяризации спорта и привлечения потенциальных потребителей необходимо применение спортивного маркетинга. Этот особый вид маркетинга имеет отличительные особенности с точки зрения целевой аудитории, методов использования, выполняемых функций, способов достижения цели. Спортивный маркетинг – это деятельность, направленная на комплексное решение прямых и косвенных задач потребителей спорта, компаний, работающих в спортивной сфере, и других физических лиц и организаций, связанных со спортом, а также продвижение брендов организаций через спортивные события [2]. В понятие спортивный маркетинг (sport marketing) включают маркетинг спорта (marketing of sport); маркетинг с использованием спорта (маркетинг через спорт, marketing through sport) и массовый спортивный маркетинг (grassroots sports marketing).

В Ивановском регионе активно развиваются многие виды спорта, например, футбол, баскетбол, волейбол, легкая атлетика, теннис и т.д. На территории области находится более 50 фитнес центров, из них 3 фитнес центра премиум класса. Однако, несмотря на большое количество спортивных клубов, лишь один центр «Риат» является сертифицированным теннисным центром с 6 закрытыми кортами и 4 открытыми, соответствующими самым высоким требованиям спортивных состязаний. Карты теннисного центра включены в программу таких соревнований, как: Чемпионат России среди ветеранов, международный турнир "Кубок Губернатора", турниры 3 категории Кубка РГТ "Снежный Корт", "Здоровье нации". В Иванове имеются также отдельные спортивные площадки с разметкой для многофункционального использования, включая теннис: «Олимпия», «ДСК», «Энергия». Но они не являются специализированными центрами для тенниса.

Теннис начал свое развитие в Ивановской области в начале 2000-х годов, став очень популярным среди населения. Однако сейчас развитие тенниса как спорта и как коммерческой услуги практически остановилось, чего нельзя сказать о других ближайших городах и областях, граничащих с Ивановской областью. В Ярославле, Владимире, Твери, ненамного отличающихся от Иванова по количеству жителей, теннис развивается и популяризируется, строятся спортивные теннисные центры, проводятся международные соревнования.

Целью спортивного маркетинга в теннисном центре является увеличение желающих научиться играть в теннис, а также стать постоянными

посетителем центра. Для того чтобы обосновать рекомендации для возможного развития в сфере спорта важно определить целевую аудиторию, т.е. провести сегментирование всех потребителей. Сегментирование – это процесс определения различных групп потребителей, которым можно предложить определенные услуги или товары, предварительно разделив их на потенциальных потребителей, целевых и сделать определенные маркетинговые предложения [1]. Основными критериями сегментирования могут быть возраст, материальное положение, жизненные и спортивные ориентиры (психологические, физические), цели занятий. Исходя из данных, полученных по результатам сегментирования, и общих целей, преследуемых всеми коммерческими организациями, можно дать следующие рекомендации для последующего развития теннисного центра «Риат».

Во-первых, в каждой организации должны отслеживаться тенденции и потребности рынка, потенциальных клиентов и спортсменов. Спортивный теннисный центр в этом не исключение. Как конкурирующая фирма, она должна обзавестись маркетологом или пользоваться услугами аутсорсинга. Во-вторых, возможно распространение и продажа клубных карт, символики клуба, создание коммуникационного канала в интернете. В-третьих, обязательно укрепление лояльности среди клиентов и посетителей теннисного центра. В-четвертых, разработка графика событий, соотношение их с основными праздниками и турнирам мирового масштаба, т.е. применение событийного маркетинга. В-пятых, из-за невысокой конкуренции любая рекламная и PR акция будет эффективна. Например, набор детей в дошкольные группы, проведение групповых занятий для любых возрастов, студенческие группы и специальные ценовые предложения в выходные дни и утренние часы. В-шестых, чтобы проводить крупные международные соревнования, необходимо прибегнуть к спонсорской помощи.

В последние годы в нашей стране наблюдается интенсивное развитие спортивной индустрии, в том числе проведение важнейших международных соревнований и постройка спортивных объектов. Однако практически всегда дотации от государства, финансирование и стимулирование данной сферы происходит в крупных городах. Эта проблема нашла свое отражение в Постановлении Правительства Российской Федерации №927, в котором спортивные организации были призваны искать внебюджетные источники финансирования [3]. Принятие в 2007 году Федерального Закона "О физической культуре" делает путь к развитию более прогрессивным, и не исключает возможности совершенствования небольших спортивных клубов и организаций. Именно в этом совершенствовании и развитии региональных спортивных центров и клубов значимую роль может играть спортивный маркетинг.

Библиографический список

1. **Котлер Ф.** Основы маркетинга: стратегия разработки новых товаров .М. изд. дом «Вильямс», 2010.
2. Открытая рекламная энциклопедия Advertopedia [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertopedia.ru/index/show-article?id=119>.
3. Официальный сайт Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru>

*Демидова М.А., маг.; рук. Ю.В. Вылгина к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Современная экономическая ситуация, связанная с обвалом цен на нефть и падением курса рубля, внесла свои коррективы в жизнь многих людей и работу организаций. Чтобы остаться на плаву во время кризиса, многие предприятия малого и среднего бизнеса столкнулись с необходимостью сокращения бюджета, и в первую очередь выбор пал на сокращение средств, выделяемых на маркетинг. Тем не менее, маркетинг – это главное средство продвижения компании, – и пренебрегать им во время кризиса не стоит.

В последнее время особое развитие получил интернет-маркетинг – комплекс мероприятий, нацеленных на продвижение товаров и услуг в Интернете. Сегодня люди проводят во всемирной паутине все большую часть своего времени. Интернет используется для различных целей: развлекательных, коммуникативных и информационных. Именно поэтому исследование и использование интернет-маркетинга так актуально.

Если же, несмотря на свою высокую стоимость, реклама в печатных СМИ и на телевидении не дает гарантию того, что она будет замечена целевой аудиторией, то реклама в Интернете, благодаря разнообразию способов ее размещения, позволяет добиться много больших результатов. В связи с этим, на наш взгляд, во время кризиса особое внимание стоит обратить именно на интернет-маркетинг, к тому же многообразие его инструментов позволяет выбрать необходимую стратегию для проведения антикризисных маркетинговых мероприятий практически для любого предприятия малого и среднего бизнеса и для любого бюджета.

Поговорим подробнее о средствах продвижения в Интернете. Основные из них:

1. Баннерная реклама;
2. Поисковое продвижение (SEO-продвижение);
3. Контекстная реклама;

4. Медийно-контекстные баннеры;
5. Email-маркетинг;
6. SMM – маркетинг в социальных сетях.

Однако в кризис будет рациональным выбрать лишь некоторые из них. Мы выбрали 3 средства продвижения в Интернете, использование которых, по нашему мнению, наиболее эффективно в условиях сокращения бюджета. Прежде всего, поисковое продвижение или SEO-продвижение. SEO – это инструмент, который даст результат возможно не так быстро, как контекстная реклама, тем не менее, он вдвое дешевле, что особо ценится в условиях кризиса. К тому же стоит отметить еще одно преимущество SEO: поисковой выдаче пользователи доверяют больше, нежели контекстной рекламе, что подтверждается даже на собственном опыте. Поэтому так важно быть среди первых 10 сайтов в поисковой выдаче, а быть в первой тройке – еще лучше.

Вторым инструментом интернет-маркетинга, на который мы бы хотели обратить внимание, является email-маркетинг. Благодаря почтовой рассылке компания может без больших затрат поддерживать доверительные отношения с клиентом и напоминать им как о себе, так и о своих товарах и услугах.

Третий и последний инструмент для продвижения предприятий малого и среднего бизнеса, который мы бы хотели отметить – маркетинг в социальных сетях. SMM выражается во многих аспектах – блоги, форумы, группы в социальных сетях. В зависимости от масштаба и стоящих целей SMM может быть либо очень дорогим, либо малобюджетным. Во многих случаях кампания может быть запущена с использованием низкозатратных либо бесплатных инструментов, а после того как они начинают давать эффект, подключаются уже более дорогостоящие инструменты.

Таким образом, в данной статье были определены основные средства продвижения в Интернете, которыми могут воспользоваться на практике предприятия малого и среднего бизнеса. Это SEO-продвижение, email-маркетинг и SMM. На наш взгляд, именно эти инструменты интернет-маркетинга помогут компаниям привлечь максимальное число клиентов при минимуме затрат.

Библиографический список

1. Антикризисный Интернет маркетинг [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web-analytic.ru/antikrizisnyj-internet-marketing/#.VNnr7vmsVo6>.
2. **Вебер Л.** Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
3. Интернет-маркетинг за 55 минут [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://vk.com/doc9463216_140970623?hash=18f105bf138969e153&dl=02b4d1cb8124b12ca6
4. **Овечкин А.В.** Интернет-маркетинг в условиях кризиса // Маркетинг в России и за рубежом. 2009. №3.

5. **Светлова Н.** Почему SEO выигрывает в кризис? 24.12.2014 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.optimism.ru/blog/pochemu-seo-vyigryvaet-v-krizis>
6. **Халилов Д.** Маркетинг в социальных сетях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

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

ТЕХНОПАРКИ КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭКОНОМИКИ

Технопарки – важный системообразующий элемент современной инновационной инфраструктуры. В 2002 году Международная ассоциация технологических парков дала определение технологическому парку как «организации, управляемой специалистами, главной целью которых является увеличение благосостояния местного сообщества посредством продвижения инновационной культуры, а также состоятельности инновационного бизнеса и научных организаций. Для достижения этих целей технопарк стимулирует и управляет потоками знаний и технологий между университетами, научно-исследовательскими институтами, компаниями и рынками. Он упрощает создание и рост инновационным компаниям с помощью инкубационных процессов и процессов выведения новых компаний из существующих. Технопарк помимо высококачественных площадей обеспечивает другие услуги».

В зависимости от объема выполняемых функций и их характера выделяют следующие разновидности технопарковых структур (табл. 1).

Таблица 1 – Разновидности технопарковых структур

Технопарковые структуры	Функции
Инновационные центры	Оказание содействия новым наукоемким фирмам
Научные парки	Обслуживание новых и зрелых фирм, поддержание связей с вузами и НИИ
Технологические парки (оптимально организованные научно-промышленные зоны)	Сотрудничество с предприятиями и научными организациями в целях внедрения нововведений
Технологические центры (обслуживающие предприятия)	Развитие новых высокотехнологичных фирм
Конгломераты (пояса) технокомплексов и научных парков	Превращение в высокотехнологические зоны целых регионов

Организации, которые призваны стимулировать создание технопарков на своей территории более конкретно дают их определение. Технопарк – это юридическое лицо, созданное для более адекватного использования научных и технологических ресурсов для улучшения экономической базы региона. Миссия технопарка – стимулирование регионального развития, деиндустриализации, а также упрощение реализации коммерческих и промышленных инноваций. Деятельность технологического парка улучшает научную и техническую культуру региона, создает рабочие места и добавленную стоимость. Основная цель технопарков - интеграция науки с промышленностью.

Технопарки позволяют сформировать ту экономическую среду, которая обеспечивает устойчивое развитие научно-технологического и производственного предпринимательства, создание новых малых и средних предприятий, разработку производство и поставку на отечественный и зарубежный рынки конкурентоспособной наукоемкой продукции.

В основе функционирования научных парков лежат следующие принципы: 1) максимальное сближение науки, производства и коммерции; 2) создание максимально благоприятных условий для наукоемкого производства, инновационного бизнеса; 3) привлечение промышленных и банковских финансовых ресурсов в инновационную сферу; 4) объединение фирм, которые разрабатывают различные виды наукоемкой продукции, позволяющее создать условия для продуктивного обмена идеями и опытом; 5) концентрация и использование рискованного капитала.

Развитие научных парков можно рассматривать в разрезе трех моделей (рис. 1).



Рис. 1. Модели развития научных парков

С начала 1980-х гг. в западноевропейских странах получила распространение новая для этих стран разновидность технопарков, ориентированная на нужды мелких высокотехнологичных предприятий, — инновационные центры, сходные с американскими инкубаторами. Их задача — соединять идеи и изобретения с капиталом и предпринимателями, привлекать общественные и частные фонды, чтобы обеспечить стартовый период новым внедренческим компаниям [2].

Японская модель научных парков предполагает строительство новых городов — так называемых технополисов, сосредоточивающих научные исследования в передовых и пионерских отраслях, и наукоемкое промышленное производство. Для создания технополисов избрано 19 зон, равномерно разбросанных по четырем островам. Все технополисы должны удовлетворять следующим критериям: 1) быть расположенными не далее чем в 30 минутах езды от города с населением не менее 200 тыс. чел.; занимать площадь не более 1000 кв. км; 2) иметь сбалансированный набор современных научно-промышленных комплексов, университетов и исследовательских институтов в сочетании с удобными для жизни районами, оснащенной культурной и рекреационной инфраструктурой; 3) быть расположенными в живописных районах и гармонизировать с местными традициями и природными условиями. В Японии крупнейший научно-технический центр «Цукуба» расположен возле Токио. Этот технопарк объединяет 47 научно-исследовательских организаций, в которых работает 40% всех ученых, сосредоточенных в государственном секторе Японии.

Технопарки являются важным элементом современной экономики, позволяющим сформировать ту экономическую среду, которая обеспечивает устойчивое развитие научно-технологического и производственного предпринимательства. Во-первых, технопарк – это особый вид свободной экономической зоны, на территории которой усиленно развивается разработка наукоемкой продукции, формируются новые кадры, технико-внедренческие зоны, с этой стороны технопарк отвечает требованиям соответствия основным процессам, происходящим в мировой экономике. Во-вторых, наука дает стимул развитию бизнеса, главным образом малого, что позволяет говорить о технопарках, как о форме поддержки малого предпринимательства, развитие которого позволяет выйти на качественно новую ступень общественного воспроизводства. В-третьих, именно в технопарках наука получает финансовые и прочие дополнительные возможности для ведения фундаментальных и прикладных изысканий, тем самым наука получает большую независимость от государства. В связи с этим технопарки являются привлекательной формой поддержки отечественной науки.

Библиографический список

1. **Асаул А.Н.** Организация предпринимательской деятельности: учебник. СПб.: АНО ИПЭВ, 2009.
2. **Барышева А.В.** Инновационный менеджмент: учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация "Дашко и К°", 2012. -384 с.
3. **Павлов Э.** Технопарки – важный элемент современной инновационной экономики // Умное производство. 09.2014. Выпуск № 27.

РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ПОСТРОЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Сложная экономическая ситуация в России, сложившаяся под влиянием ряда внешних и внутренних факторов, заметно повлияла как на экономику страны, в целом, так и на рынок маркетинговых коммуникаций, в частности. В период экономического кризиса российские коммерческие организации столкнулись, с одной стороны, с падением спроса и снижением доступности финансовых ресурсов, а с другой — с усилением конкуренции [1]. Для решения вышеизложенных проблем, компании вынуждены преобразовывать и развивать процесс реализации концепции построения маркетинговых коммуникаций.

Первостепенное значение приобретает повышение эффективности маркетинговой коммуникации организации с целевой аудиторией [2]. Для этого, организациям необходимо уделять внимание неизученным аспектам текущего состояния рынка маркетинговых коммуникаций, отражающим, с одной стороны, эволюцию концепции построения маркетинговых коммуникаций коммерческой организации, а с другой – влияние экономической обстановки на потребительские и промышленные рынки.

В данных условиях планирование маркетинговых коммуникаций должно реализовываться на основе предлагаемых базовых принципов: 1) выбора каналов, соответствующих целевой аудитории; 2) использования новейших информационных технологий для анализа потребителей и каналов; 3) соотношения внешней и внутренней финансовой среды при разработке финансовой стратегии продвижения продукции или услуг.

Для реализации перечисленных ранее принципов, прежде всего, необходимо учитывать соотношение сил на рынках маркетинговых коммуникаций, а из возрастающего количества коммуникационных каналов выбирать наиболее оптимальные для охвата и соответствия целевой аудитории компании. Для этого, например, можно обратиться к данным экспертов Ассоциации Коммуникационных Агентств России, демонстрирующим, какие из сегментов рынка в течение года отразили положительную динамику роста, а какие – отрицательную. При этом особое внимание стоит уделить изучению инновационных каналов, таких, как контекстная реклама, inoog-реклама, реклама в кинотеатрах и т.д., поскольку именно они показали максимальный прирост по сравнению с данными традиционных каналов [3]. При этом финансирование тех коммуникационных каналов, которые будут определены как стратегические, не должно быть сокращено, поскольку именно увеличение расходов на рекламную активность, а

следовательно, и на число связей с потенциальными заказчиками, во время кризиса оказывается очень эффективной стратегией [4].

Таким образом, для эффективной реализации концепции построения маркетинговых коммуникаций коммерческой организации в условиях кризиса, прежде всего, необходимо оптимальное сочетание выбора наиболее перспективных коммуникационных каналов, демонстрирующих прогрессирующую динамику на российском рынке в условиях кризиса, и финансовых затрат на их реализацию, что в конечном итоге повышает результативность маркетинговых мероприятий.

Библиографический список

1. Зундэ В.В. Интегрированные маркетинговые коммуникации: тенденции формирования, факторы и приоритеты развития в условиях ситуации современного экономического кризиса // Terra Economicus. 2009. Т. 7. № 1-2. С. 74-79.
2. Калиновская Н.А., Третьяк С.Н. Инвестиционное поведение компании и оценка вклада маркетинга в финансовый результат // Актуальные вопросы современной науки. 2013 № 29. С. 107-116.
3. Объем рынка маркетинговых коммуникаций России в 2013 году. АКАР [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id4044
4. Христофоров А.В. Рынок маркетинговых коммуникаций в условиях мирового экономического кризиса // Сервис в России и за рубежом. 2010. №3(18). С. 77-182.

*Жемчугова Д.Н., студ.; рук. О.В. Макашина, д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ МЕСТНОГО БЮДЖЕТА

Проблема финансового обеспечения местного самоуправления сохраняет свою актуальность. Необходимо отметить, что местное самоуправление должно базироваться на прочном финансово-экономическом фундаменте и этот фундамент в основной своей части состоит из доходов местных бюджетов. Практика свидетельствует о недостаточности доходной базы местных бюджетов для обеспечения исполнения функций, которые выполняет местное самоуправление

Местные бюджеты играют важную роль в местных финансах, которые охватывают экономические отношения, посредством чего местные органы управления распределяют и используют, в соответствии с возложенными на них функциями, часть общественного продукта в денежной форме.

Существует ряд проблем, связанных с формированием доходной части бюджета. Основная проблема – недостаток денежных средств. Источников формирования доходной части местного бюджета недостаточно, а значит и нет «свободы» в расходовании средств на социальные цели.

В бюджеты муниципальных районов подлежат зачислению налоговые доходы от следующих местных налогов, устанавливаемых представительными органами муниципальных районов в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах: земельного налога, взимаемого на межселенных территориях, - по нормативу 100 процентов; налога на имущество физических лиц, взимаемого на межселенных территориях, - по нормативу 100 процентов.

В бюджеты муниципальных районов подлежат зачислению налоговые доходы от следующих федеральных налогов и сборов, в том числе налогов, предусмотренных специальными налоговыми режимами: налога на доходы физических лиц - по нормативу 5 процентов; налога на доходы физических лиц, взимаемого на межселенных территориях, - по нормативу 15 процентов; единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности - по нормативу 100 процентов; единого сельскохозяйственного налога - по нормативу 50 процентов; единого сельскохозяйственного налога, взимаемого на межселенных территориях, - по нормативу 100 процентов; государственной пошлины (подлежащей зачислению по месту государственной регистрации, совершения юридически значимых действий или выдачи документов) - по нормативу 100 процентов; по делам, рассматриваемым судами общей юрисдикции, мировыми судьями (за исключением Верховного Суда Российской Федерации); за государственную регистрацию транспортных средств, за временную регистрацию ранее зарегистрированных транспортных средств по месту их пребывания, за внесение изменений в выданный ранее паспорт транспортного средства, за выдачу государственных регистрационных знаков транспортных средств "Транзит", и проч.; за выдачу органом местного самоуправления муниципального района специального разрешения на движение по автомобильной дороге транспортного средства, осуществляющего перевозки опасных, тяжеловесных и (или) крупногабаритных грузов; государственной пошлины за совершение нотариальных действий должностными лицами органов местного самоуправления муниципального района, уполномоченными в соответствии с законодательными актами Российской Федерации на совершение нотариальных действий в населенном пункте, который расположен на межселенной территории и в котором отсутствует нотариус; налога, взимаемого в связи с применением патентной системы налогообложения, - по нормативу 100 процентов.

В бюджеты муниципальных районов подлежат зачислению налоговые доходы от федеральных налогов и сборов, в том числе налогов, предусмотренных специальными налоговыми режимами, и (или) региональных налогов по нормативам отчислений, установленным органами государственной власти субъектов Российской Федерации.

Кроме того, местные органы власти несут ответственность за развитие местной инфраструктуры. Возможно, что такое обустройство благо-

творно влияет на деловую активность в Родниковском районе, и поэтому для целей обеспечения развития рационально вводить плату за обустройство территорий путем осуществления разовых платежей, например, путем установления сбора за благоустройство, чем использовать займы или налоговые доходы. При этом важно устанавливать сборы таким образом, чтобы использование разных сборов на обустройство для различных районов не сдерживало освоение новых площадей и не переориентировало деловую активность в те районы, где установлены более низкие сборы за обустройство. Одним из путей решения могло бы быть использование повышенных сборов на обустройство для вновь открываемых предприятий в уже освоенных районах.

Для решения проблем формирования доходной части бюджета Родниковского района, необходимо четкое законодательное закрепление бюджетных полномочий и ответственности власти при формировании доходной части бюджета, повышение контроля при уплате и использовании доходов местных бюджетов. Также можно повысить эффективность управления объектами собственности, которые находятся под ведомством местных органов власти и органов местного самоуправления и обеспечить при этом рост доходов от собственности и предпринимательской деятельности.

Библиографический список

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 25.12.2012), ст. 61.
2. **Годин А.М.**, Подпорин И.В. Бюджет и бюджетная система Российской Федерации. М.: Академия, 2009.
3. <http://www.rodniki-37.ru>

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

БЕНЧМАРКИНГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Родоначальниками бенчмаркинга считают японцев, которые тщательно исследовали европейские и американские товары и услуги, чтобы выявить их сильные и слабые стороны, а затем выпускали нечто подобное по меньшей цене. При этом японцы успешно переносили технологии и ноу-хау из одной сферы бизнеса в другую.

На Западе бенчмаркинг начали активно использовать лишь в конце 1970-х годов. В это время японские предприятия сильно теснили американские, и компания Хегох стала искать причины резкой утраты своей до-

ли рынка копировальных аппаратов. Фирма детально исследовала опыт японской фирмы Fuji. Топ-менеджеры компании Хегох даже переехали на какое-то время в Японию, чтобы изучить не только технические достижения, но и новшества в области менеджмента, внедрённые разными компаниями, в том числе из других сфер бизнеса. Использование этого опыта позволило Хегох снизить издержки, повысить производительность труда. С тех пор бенчмаркинг стал частью бизнес-стратегии Хегох.

В Японии, США и других странах программы бенчмаркинга развиваются при государственной поддержке. Там действуют своеобразные «индустриальные бюро знакомств», [3] которые созданы специально для поиска партнёров по бенчмаркингу. Можно считать, что благодаря такому обмену опытом выигрывает экономика страны в целом.

В России же практика бенчмаркинга не является такой распространённой, несмотря на то, что она способствует открытости ведения деятельности, повышению её эффективности, позволяет идти в ногу со временем и занимать достойные места на мировом рынке, [2] что является очень актуальным для российской экономики в целом.

Вероятно, дело в том, что использование бенчмаркинга сопряжено с рядом серьезных проблем, приобретающих особую остроту именно в России. Одной из ключевых проблем является нежелание некоторых руководителей признать слабость конкурентной позиции их образовательной организации и необходимость изменений их управленческой системы или всего образовательного процесса.

Многие отечественные компании давно занимаются чем-то сродни бенчмаркингу, просто они не знакомы с самим термином. Руководители отечественных предприятий-партнёров и даже предприятий-конкурентов обмениваются информацией о лучших достижениях своих компаний в процессе неформального общения. Полученные при этом сведения часто находят применение на практике. Как показывает опыт, непосредственное общение с коллегами даёт наиболее ценные для бизнеса идеи и знания, что, как правило, приводит к внедрению новых форм управления, программных продуктов, использованию новых технологий в производстве. [1]

Если польза от применения бенчмаркинга для компании, которая учится, очевидна, то вызывает вопрос целесообразность делиться опытом и раскрывать информацию о себе со стороны лидеров. В своё время желание скрыть находки и достижения породило промышленный шпионаж. Однако сегодня аргументов в пользу открытости и обучения становится всё больше.

Во-первых, многие считают престижным и даже экономически выгодным выступить в качестве компании-эталона, во-вторых, это даёт рычаги управления конкурентами и развитием отрасли, в-третьих, это позволяет не допустить принципиально иных технологий и подходов, которые

могут оказаться и более успешными. Бенчмаркинг позволяет увеличить стандартизацию продукции, наращивая объёмы, и, наконец, обмен опытом и обучение становятся необходимым и неизбежным условием продуктивной производственной кооперации и сетевого менеджмента.

По данным консалтинговой компании Bain&Co, последние два года бенчмаркинг входит в тройку самых распространённых методов управления бизнесом в крупных международных корпорациях. Причина подобной популярности легко объяснима – бенчмаркинг помогает относительно быстро и с меньшими затратами совершенствовать бизнес-процессы. Он позволяет понять, как работают передовые компании, и добиться таких же, а возможно, и более высоких результатов. Ценность бенчмаркинга не только в том, что отпадает необходимость изобретать велосипед. Внимательно изучая достижения и ошибки других компаний, можно разработать собственную максимально эффективную модель бизнеса. [4]

В настоящее время более существенной преградой выглядит «закрытость» отечественного бизнеса. При всех позитивных тенденциях, наш бизнес никак нельзя назвать прозрачным. Отчётность о деятельности компании, численность работающих сотрудников, базы поставщиков и клиентов, объёмы поставок и продаж обычно тщательно оберегаются от посторонних глаз и ушей. Поэтому официальное предложение обменяться подобной информацией может вызвать даже агрессию. Большинство компаний устанавливает повышенный уровень секретности, как говорится, на всякий случай. Хотя бенчмаркинг подразумевает использование только открытой информации. Все, что касается выведывания коммерческой тайны или ноу-хау, — чистой воды промышленный шпионаж и к бенчмаркингу не имеет никакого отношения. Вместе с тем, несовершенная система налогообложения, вызывающий массу вопросов финансовый учёт и другие проблемы не всегда позволяют компаниям предоставить/получить реальные данные по тем или иным показателям. Рады были бы руководители провести бенчмаркинг, да не могут. Хотя практически в каждой компании имеется большой пласт информации, которую выгоднее открыть конкуренту, партнеру, другим заинтересованным компаниям, чтобы взамен узнать что-то полезное для себя от своих оппонентов.

Библиографический список

1. Бенчмаркинг и его особенности в России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.auntsorsing.net/benchmarking-i-ego-osobennosti-v-rossii/>
2. **Бенчмаркинг как успешная стратегия бизнеса в России** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.benchmarkingclub.ru/>
3. **Котлер Ф.** Маркетинг от «А» до «Я». – СПб.: Нева-Экономикс, 2003
4. **Уваров, В. В.** Бенчмаркинг как современный метод управления бизнесом / В. В. Уваров // Менеджмент в России и за рубежом. — М...—2005.—№4.—С. 35-42

ХЕДЖИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СНИЖЕНИЯ РИСКОВ

Можно ли застраховаться от ценовых рисков? Данный вопрос в последнее время поднимается всё чаще. Это связано с высокой волатильностью цен на товарном и финансовом рынках.

Сегодня, когда динамика курсов валют за несколько дней изменяется так, как раньше за год, когда цены на сырьё и товары за полгода обновляют исторические максимумы и минимумы, существенно возрастает нагрузка на реальный сектор экономики. Ярким примером таких изменений является динамика цен на нефть (рис. 1). В течение 2013 года цена на нефть Brent не опускалась ниже 97 USD/баррель (установленный максимум за 2013 г. – 118,01 USD/баррель). А за неполные 5 месяцев II полугодия 2014 года разница между максимальным и минимальным значениями составляет более 30 USD/баррель. [4]

Такое понятие, как «товарные риски», ранее воспринимаемое как исключительно книжное, уже стало реальностью для большинства предприятий. Всегда есть вероятность, что сырьё подорожает, а произведённый продукт станет дешевле. Для того, чтобы обезопасить бизнес, особенно в настоящее время, когда экономическая ситуация является нестабильной, необходимо использовать инструменты хеджирования.

Динамика цен на Нефть Brent (ICE.Brent), USD/баррель

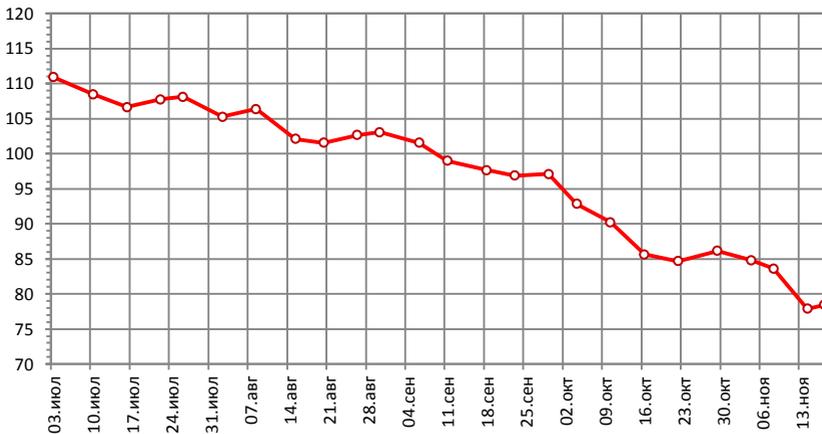


Рис. 1. Изменение динамики цен на нефть Brent за II полугодие 2014 года

Процесс хеджирования будет выглядеть следующим образом. Сначала нужно получить прогноз по ценам на сырьё и продукцию, а затем хеджировать риски. Постоянное хеджирование рисков может обойтись слишком дорого, поэтому целесообразнее прибегать к этому инструменту при неблагоприятном прогнозе. Однако если компания находится в постоянно меняющихся условиях, в условиях высокой волатильности, можно хеджировать товарные риски постоянно – при таком подходе появится возможность прогнозировать свою деятельность. [1]

Итак, если имеется неблагоприятный прогноз относительно цен на сырьё, то можно хеджировать риски при помощи различных производных инструментов (деривативов).

Традиционными и, пожалуй, базовыми инструментами хеджирования на товарных рынках являются биржевые фьючерсы. Они представляют собой контракты, позволяющие зафиксировать цену купли-продажи товара на определённые даты в будущем. [2]

Предприятия также заключают сделки с банками на внебиржевом рынке. В то время как биржевые инструменты обычно обеспечивают фиксированные условия стандартизированных инструментов, внебиржевой рынок в большей степени используется корпорациями для хеджирования рисков, так как он предоставляет гибкие и индивидуальные условия, запрашиваемые компаниями.

Фьючерсы, форварды, товарные свопы принадлежат к той группе инструментов, которая чётко определяет цену покупки (продажи) товара в будущем. В отличие от фьючерсов (форвардов), где сделка заключается на одну конкретную дату, свопы применяют для серии поставок товаров в течение года или более – они фиксируют цены ряда регулярных сделок с товаром.

Менее стандартными, но весьма распространёнными являются товарные опционы. Опционные контракты используются, чтобы избежать риска существенного изменения стоимости, способного значительно повлиять на бизнес (в отличие от небольших ежедневных колебаний цен), а также для фиксации определённого уровня доходов и расходов.

Теперь необходимо разобраться в особенностях ценообразования инструментов хеджирования. Традиционно фьючерсы с более коротким сроком поставки имеют меньшую стоимость, чем фьючерсы с длительными сроками поставок. Это объясняется тем, что, если нужно осуществить поставку в будущем, можно приобрести товар сейчас и держать его. Тогда покупатель будет нести расходы на хранение и содержание (проценты за кредитные средства, на которые был приобретён товар) этого товара. Обратная ситуация, когда более длительные контракты дешевле коротких, указывает на то, что участники рынка считают текущую цену неустойчивой в долгосрочной перспективе. Обычно она возникает после взлёта цен на товары из-за дефицита предложения. Кроме того, такая ситуация может

возникнуть, если считается, что спрос не упадёт, но при этом цены на товар находятся на высоком уровне. Высокие цены стимулируют выход на рынки новых игроков, из-за чего возрастает предложение и, как следствие, падает цена. [2]

Почему же техника хеджирования не распространена у потенциальных российских хеджеров? Рынок деривативов в нашей стране не развит по разным причинам: относительно молоды биржи, недостаточно изучены производные инструменты, имеются пробелы в налоговом законодательстве. Следствие этого — низкие обороты, которые не дают открыть позиции даже одному крупному хеджеру. На рынке в основном присутствуют спекулянты, но срочный рынок, как известно, формируют именно хеджеры, а спекулянты его продвигают. [3]

Таким образом, в поисках эффективности крупные компании активно сокращают колебания объёмов своей выручки при помощи хеджирования рисков. Резкие скачки на товарных рынках только подчёркивают необходимость хеджирования. Многие организации могут таким способом избежать (или хотя бы уменьшить) влияние колебания цен сырья на их деятельность. К сожалению, хеджирование пока ещё не является широко распространённой практикой среди российских компаний. Но в условиях жёсткой конкуренции без него не обойтись.

Библиографический список

1. **Кабаков Я.** Хеджирование рисков предприятий с использованием инструментов срочного товарного рынка // Рынок ценных бумаг. 2009. N 13. С. 54-56.
2. **Тиханек Б.** Инструменты товарного рынка - механизм хеджирования рисков // Рынок ценных бумаг. 2009. N 13. С. 50-53.
3. **Чучков Ф.** Хеджирование в России: мираж или ступень развития? / Ф. Чучков // Рынок ценных бумаг. 2009. N 13. С. 48-49.
4. Яндекс.Новости: Динамика цен на Нефть Brent (ICE.Brent), USD/баррель [Электронный ресурс]. URL: <http://news.yandex.ru/quotes/1006.html>

*Зайцева А.С., студ.; рук. Макашина О.В., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ НА ИНФЛЯЦИЮ

Ключевая ставка – процентная ставка, по которой Центральный банк России (далее ЦБ РФ) предоставляет кредиты коммерческим банкам в долг на одну неделю, и одновременно та ставка, по которой ЦБ РФ готов принимать от банков на депозиты денежные средства.[1]

Ключевая ставка была введена Банком России как инструмент денежно-кредитной политики 13 сентября 2013 года. Ключевая ставка является

экономическим и финансовым инструментом в области денежно-кредитной политики государства. Она была введена в систему комплекса мер в рамках перехода к режиму таргетирования инфляции с целью повышения прозрачности денежно-кредитной политики.[3]

Таргетирование инфляции – это комплекс мер, принимаемых государственными органами власти в целях контроля над уровнем инфляции в стране.[7]

Ключевая ставка была введена для сдерживания темпов инфляции. Рассмотрим, как изменялось значение ключевой ставки с 13 сентября 2013 года по 2 февраля 2015 года. Данные об изменениях представлены в таблице 1 [2].

Таблица 1 – Изменение ключевой ставки с 13.09.2013 по 02.02.2015

Дата установления	Значение, %
13 сентября 2013 г. - 2 марта 2014 г.	5,50
3 марта 2014 г. - 27 апреля 2014 г.	7,00
28 апреля 2014 г. - 27 июля 2014 г.	7,50
28 июля 2014 г. - 4 ноября 2014 г.	8,00
5 ноября 2014 г. - 11 декабря 2014 г.	9,50
12 декабря 2014 г. - 15 декабря 2014 г.	10,50
16 декабря 2014 г. - 1 февраля 2015 г.	17,00
2 февраля 2015 г.	15,00

Как видно из таблицы 1, значение ключевой ставки менее чем за полтора года выросло с 5,5 % до 17 %. Самый резкий скачок произошел в декабре 2014 года – с 10,5 % до 17 %.

На международном банковском конгрессе в 2014 году (МБК-2014) прогнозировалось, что к концу 2014 года инфляция снизится до 5 %, в 2015 году – до 4, 5 % и в 2016 году – до 4%. Затем целью ЦБ РФ будет поддержание инфляции на определенном уровне. Это означает, что Центральный банк будет определенным образом реагировать, с целью вернуть инфляцию к заданной целевой траектории или к заданным уровням, чтобы в средне- и долгосрочной перспективе вернуть обеспечить стабильность показателя инфляции.[5] Рассмотрим изменение инфляции с 2013 года, которое представлено в таблице 2.[6]

По данным таблицы можно сделать вывод о том, что инфляция выросла почти в 2 раза за 2014 год по сравнению с 2013. Проанализировав таблицу 1 и таблицу 2, можно выявить взаимосвязь между изменениями ключевой ставки и инфляцией.

По данным таблицы видно, что после введения ключевой ставки в сентябре 2013 года инфляция увеличилась на 0,36% и становится равной

0,57% и до конца 2013 года оставалась на уровне 0,50. Третьего марта 2014 года ЦБ РФ увеличивают ставку до 7,00 %, и к концу марта инфляция возросла с 0,70% до 1,02%.

Таблица 2 - Уровень инфляции с 2013 по январь 2015 в %

Месяц	2013	2014	2015
Январь	0,97	0,59	3,90
Февраль	0,56	0,70	
Март	0,34	1,02	
Апрель	0,51	0,90	
Май	0,66	0,90	
Июнь	0,42	0,62	
Июль	0,82	0,49	
Август	0,14	0,24	
Сентябрь	0,21	0,65	
Октябрь	0,57	0,82	
Ноябрь	0,56	1,28	
Декабрь	0,51	2,62	
Итого год	6,45	11,36	

Совет директоров ЦБ РФ 25 апреля 2014 года принял решение повысить ключевую ставку до 7,5% годовых в связи с возросшими инфляционными рисками. «Вероятность превышения инфляцией целевого уровня в 5,0% в конце 2014 года значительно увеличилась.»[4] С апреля по июль 2014 года ключевая ставка оставалась на уровне 7,50 %, в то время как инфляция снизилась с 0,9% до 0,49%. В данной ситуации ключевая ставка выполняла главную ее задачу – сдерживание темпов инфляции.

В июле 2014 года опять наблюдалось повышение процентной ставки на 0,5 п.п., в свою очередь инфляция показала очередное снижение до 0,24 на конец августа. Однако с сентября 2014 года инфляция снова начала расти и к концу ноября увеличилась с 0,24% до 1,28%.

С ноября по декабрь ЦБ РФ увеличивает ключевую ставку трижды, и ее значение становится равным 17%. Данное решение, принятое советом директоров Банка России, обусловлено необходимостью ограничить существенно возросшие в последнее время девальвационные и инфляционные риски. За декабрь 2014 года инфляция увеличивается до 2,62% и за 2014 год ее значение становится равной 11,36%. На конец января 2015 года инфляция снова показывает рост и равна 3,90%.

Совет директоров Банка России 30 января 2015 года принял решение снизить ключевую ставку с 17,00% до 15,00% годовых, учитывая изменение баланса рисков ускорения роста потребительских цен и охлаждения

экономики. Принятое 15 декабря 2014 года Банком России решение о резком повышении ключевой ставки привело к стабилизации инфляционных и девальвационных ожиданий в той мере, в какой рассчитывал Банк России. Наблюдаемый всплеск инфляции вызван ускоренной подстройкой цен к произошедшему ослаблению рубля и носит ограниченный во времени характер. В дальнейшем инфляционное давление будет сдерживаться снижением экономической активности.[4]

Таким образом, можно сделать вывод о том, что ключевая ставка оказывает непосредственное влияние на изменение инфляции. Ее главной задачей является сдерживание инфляции на приемлемом уровне, однако, пока что можно заметить обратное. Возможно, необходимо немного больше времени для того, чтобы данное введение стало действенным для денежно-кредитной политики России.

Библиографический список

1. <http://banki-vrn.ru> Банковский портал Воронежа [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://banki-vrn.ru/kluchevaya-stavka.html> - Загл. с экрана
2. <http://base.garant.ru> Гарант [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://base.garant.ru/10180094/#block_100 - Загл. с экрана
3. <http://ria.ru> РИА НОВОСТИ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ria.ru/spravka/20141216/1038416729.html> - Загл. с экрана
4. <http://www.assessor.ru> Центр информации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.assessor.ru/forum/index.php?t=2571> - Загл. с экрана
5. <http://www.cbr.ru> Центральный Банк Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.cbr.ru/publ/MoneyAndCredit/session2_08_14.pdf – Загл. с экрана
6. <http://www.vedomosti.ru> Ведомости [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/finance/news/38087421/inflyaciya-v-rossii-v-2014-g-sostavila-114-maksimum-s-2008-g> - Загл. с экрана
7. <http://www.vedomosti.ru> Ведомости [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/glossary> - Загл. с экрана

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

ОСОБЕННОСТИ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН

Кластерная политика — система государственных и общественных мер и механизмов поддержки кластеров и кластерных инициатив, обеспечивающих повышение конкурентоспособности регионов, предприятий, входящих в кластер, развитие институтов, стимулирующих формирование кластеров, а также обеспечивающих внедрение инноваций [1].

Рассмотрим особенности кластерной политики в европейских странах. Можно выделить три основных уровня поддержки инновационных кластеров. Они представлены на рис. 1.

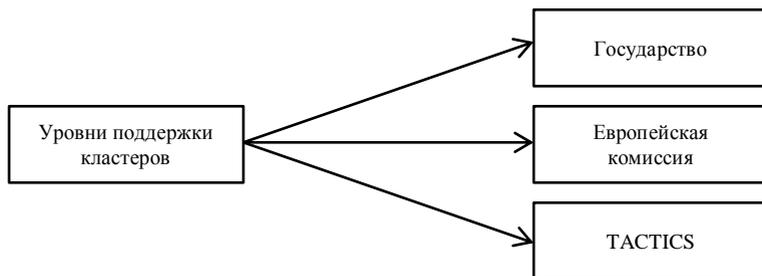


Рис.1. Уровни поддержки инновационных кластеров в Европе

Анализ европейских программ развития кластеров позволяет определить ряд их важных особенностей:

1. Европейская кластерная политика в основном направлена на поддержку высокотехнологичных секторов (биотехнологий, информационных технологий и других).

2. Власти самостоятельно не определяют наиболее перспективные кластеры, а организуют конкурс коллективных заявок. Жестко соблюдается принцип конкуренции: победившие в конкурсе получают господдержку, при этом доля отклоненных заявок достигает порой 95%, например в Германии.

3. Основными бенефициарами государственных программ выступают малые и средние предприятия. Например, среди участников программы *Les rôles de compétitivité* (Франция) удельный вес малого и среднего бизнеса составил 80%, на долю которого пришлось 54% бюджета всей программы.

4. Достаточно длительные сроки подготовки заявок и прохождение конкурсного отбора в несколько этапов. Двухступенчатая система действует в Германии, где после предварительного отсева оставшимся участникам предлагается детализировать конкурсные предложения. В этих случаях государство, чаще всего, компенсирует связанные с этим издержки и оказывает конкурсантам консультационные услуги.

Например, по программе *InnoRegio* (Германия) кластеры, победившие в первом этапе, получили гранты в размере 153,4 тысяч евро на углубленную проработку проектов. Вторая стадия предусматривала отбор проектов-победителей уже для значительной государственной поддержки.

5. Получателями государственной поддержки становятся только эффективные кластеры, и если менеджмент кластера не добивается установленных задач, программу финансирования необходимо сворачивать. Например, в Норвегии, Венгрии, Швеции и Дании введена промежуточная оценка эффективности кластера, по результатам которой принимается решение о целесообразности дальнейшей его поддержки [3].

Основные отраслевые направления кластеризации экономики стран Европы представлены в табл. 1 [2].

Таблица 1 – Отраслевые направления кластеризации

Отраслевые направления	Страна
Электронные технологии и связь, информатика	Швейцария, Финляндия
Биотехнологии и биоресурсы	Нидерланды, Франция, Германия, Великобритания, Норвегия
Фармацевтика и косметика	Дания, Швеция, Франция, Италия, Германия
Агропроизводство и пищевое производство	Финляндия, Бельгия, Франция, Италия, Нидерланды
Нефтегазовый комплекс и химия	Швейцария, Германия, Бельгия
Машиностроение, электроника	Нидерланды, Италия, Германия, Норвегия, Ирландия, Швейцария
Коммуникации и транспорт	Нидерланды, Норвегия, Ирландия, Дания, Финляндия, Бельгия
Энергетика	Норвегия, Финляндия

В Европе государства оказывают стимулирующее воздействие на развитие кластеров. Однако, при этом государство не инициирует создание кластеров, а лишь всячески способствует созданию благоприятных условий, посредством эффективной налоговой, бюджетной, кредитной, таможенной политики, а также через создание передовых научно-исследовательских центров, университетов, транспортной и энергетической инфраструктуры.

Роли государства в процессе развития промышленно-инновационных кластеров представлены на рис. 2. Тройственная роль государства: 1) регулятор, определяющий правила взаимодействия между всеми элементами (т.е. государство, бизнес и научно-образовательные структуры); 2) гарант сохранения и развития благоприятных условий для инвестиций, инноваций и развития; 3) предприниматель, т.е. собственник предприятий и непосредственный участник промышленных кластеров [6].



Рис.2. Роли государства

На наднациональном уровне ЕС действует Европейская комиссия, которая является главным исполнительным органом, принимающим решения о создании различных инициатив по развитию кластеров, а также утверждающим межгосударственные программы по финансированию инновационных кластеров.

На сегодняшний день основная инициатива, ставящая своей целью развитие трансграничных кластеров в Европе – это программа TACTICS (Transnational Alliance of Clusters Towards Improved Cooperation Support). Программа объединяет семь ведущих европейских кластерных агентств, которые отвечают за мероприятия по развитию кластеров. Было определено 6 приоритетных направлений: 1) стимулирование международного кластерного сотрудничества; 2) оценка эффективности развития кластеров; 3) поддержка маркетинга и брендинга кластеров; 4) использование лучшей практики развития кластеров в процессе развития новых кластеров и отраслей, включая инновационные услуги; 5) финансирование инноваций промышленно-инновационных кластеров; 6) вовлечение получателей результатов деятельности кластеров в совершенствование их развития [4].

Примером успешной работы данной структуры в биотехнологическом секторе ЕС является Bio Valley Basel – совместная программа Швейцарии, Германии и Франции по развитию трансграничного биотехнологического кластера. Основная цель данной программы – объединение сильных биотехнологических компаний Северо-Запада Швейцарии (регион вокруг Базеля), Южного Бадена (Германия) и Эльзаса (Франция). Программа включает более 300 компаний, включая глобальных лидеров в фармацевтическом секторе и агро-бизнесе. Также в нее входит 40 научных организаций и 4 университета и более чем 280 исследовательских групп. Данная кластерная программа действует как один из самых больших биотехнологических регионов в Европе. Координация осуществляется с помощью центральной кластерной ассоциации, основанной на трех ассоциа-

циях: в Швейцарии (Bio Valley platform Basel), Франции (Association Alsace Bio Valley) и Германии (Bio Valley Germany).

Одной из важных современных тенденций международного уровня координации кластерного развития в Европе является формирование отраслевых межкластерных сетей. В качестве примера данного вида взаимодействия можно привести проект FINE (Food Innovation Network Europe), объединяющий в единую сеть европейские кластеры, развивающиеся в пищевой отрасли. Проект представляет собой сеть региональных кластеров в пищевой промышленности со значительной научно-исследовательской составляющей. Данные о проекте представлены в таблице 2 [5].

Таблица 2 – Характеристика FINE

Период создания	Страны-участницы	Общие характеристики регионов сети
2005 – 2007	Дания, Италия, Великобритания, Польша, Испания, Норвегия, Бельгия	Пищевая промышленность играет важную роль в экономике региона В регионе развит сельскохозяйственный сектор и другие отрасли, поддерживающие пищевую Поддерживается высокий уровень научных знаний в области производства и потребления пищи Имеется государственная поддержка пищевой промышленности Развита локальные сети, объединяющие различных участников производства

Библиографический список

1. <http://forum.spbinno.ru>
2. <http://institutions.com>
3. <http://strategyjournal.ru>
4. <http://www.clusterobservatory.eu>
5. <http://www.foodclusterinitiative.eu>
6. **Рекорд С.И.** Развитие промышленно-инновационных кластеров в Европе: эволюция и современная дискуссия. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010.

ФИНАНСОВАЯ ГЛОБАЛИЗАЦИЯ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ, ТЕНДЕНЦИИ

Финансовая глобализация получила наибольшее свое распространение в конце XX - начале XXI веков, что привело к изменению отношений между странами глобальной системы. Основным двигателем глобализации финансовой системы являются транснациональные компании (ТНК). Транснациональными корпорациями называются сложные структуры, имеющие единый центр управления и руководства, объединяющие большое количество хозяйствующих субъектов разной юридической формы организации, которые действуют в ряде стран с целью наращивания прибыли для их собственников. Для таких хозяйствующих единиц даже самые ёмкие национальные рынки могут казаться узкими, а государственные рынки это оковы, которые ТНК стараются разорвать. Мировой рынок сегодня это рынок, «правила игры» которого устанавливаются, прежде всего, самими ТНК, а также стоящими за ними идеологическими и финансовыми группами. Национальным государствам приходится всё больше брать во внимание их, как партнеров, а иногда как соперников, при влиянии на национальную экономику.

Говоря о причинах финансовой глобализации, следует отметить такие факторы, как рост гласности международных экономик, интегрирование финансовой сферы, а также либерализация международного движения капитала. Финансовая глобализация основывается на интеграции производства разных стран мирового сообщества и находит своё проявление в следующих аспектах: - рост объемов интернациональных денежных потоков в форме международных трансфертов, расчетов, платежей, передвижения денежных средств; - увеличение значимости международных финансовых компаний в создании и управлении мировым финансовым устройством; - стандартизация финансовой отчетности на базе общепризнанных международных норм.

Наиболее ярко финансовая глобализация проявляется в мощном развитии мировой торговли и интеграционных процессов. Это говорит о заметном повышении прозрачности хозяйств отдельных стран, увеличение зависимости их внутреннего финансового благополучия и экономического развития от последствий международного обмена. Как результат растёт поступление взносов за поставленную продукцию, что свидетельствует о финансовой глобализации. Наряду с межнациональным обменом товарами, увеличивается торговля услугами, что точно также усиливает трансграничные потоки капиталов, проходящих через мировой финансовый рынок.

Нельзя не отметить такую форму проявления финансовой глобализации как увеличение мобильности интернациональных капиталов. Миллионы международных транзакций осуществляются ежедневно. Это ли не реальное проявление финансовой глобализации? Отправной точкой в глобализации финансовых рынков стало важнейшее падение Бреттон-Вудской системы фиксированных курсов в конце XX века и удачно предпринятые попытки развитых страна по нарушению целостности внутренних рынков стран-реципиентов. Это и поспособствовало интеграции капитала и финансовой глобализации.

Но кроме негативных сторон данного явления стоит отметить и плюсы. С увеличением глобализации финансовой системы, растут возможности прямых иностранных инвестиций. Это, в первую очередь, способствует росту и развитию экономики в развивающихся странах, куда направляются инвестиции. Положительной стороной также является увеличение производительности труда, расширение объёмов экспорта, стимуляции экономического роста и сокращения безработицы. Важной тенденцией глобализации является не только расширение рынков и наращивание объёмов производства, но и то, что это способствует снижению производственных и эксплуатационных расходов.

Таким образом, подводя итог, можно прийти к выводу, что в условиях финансовой глобализации большинство богатств единого мирового рынка имеют тенденцию перемещаться в развитые и богатые страны, вне зависимости от того, где эти богатства были созданы. Это можно отнести не только к материальным ценностям, но и к духовным. Не зависимо от места создания ценности будут стремиться попасть в «развитый» мир. Отсюда вытекают такие последствия как поляризация нищеты и богатства, международная торговля запрещенными товарами, и т.д. Чтобы ослабить влияние негативных последствий финансовой глобализации, России стоит уменьшить неэквивалентный обмен и отток капитала из страны, а также ослабить зависимость от неблагоприятных внешних факторов.

Библиографический список

1. Булатов А.С. Параметры и оценка масштабов утечки капитала из России // Деньги и кредит. 1999. № 12. С. 70.
2. Валерстайн Н. Глобализация или переходный период? // Экономические стратегии. 2000. Т.2. N 2. С.15-26.
3. Зевин Л.З., Стрепетова М.П., Ушакова Н.А. Экономическое развитие России в эпоху глобализации: роль внешнего фактора / /Россия и современный мир. 2001. N1. С.41-57.
4. Мировая экономика: нарастающий процесс глобализации: прогноз на 2000-2015 годы). М.: ИМЭМО РАН., 1998.

ЗНАЧЕНИЕ INTERNET-ПОТЕНЦИАЛА В РАЗВИТИИ ИНФОРМАЦИОННОГО БИЗНЕСА

Информационное предпринимательство как сфера деятельности начинает приобретать все большее значение в связи с тенденцией к всеобщей глобализации экономики. Интернет-бизнес становится одним из популярных и актуальных направлений деловой активности в современной информационной экономике.

Информационное предпринимательство – процесс создания и продвижения на рынке информационных товаров, услуг, формы и наполнение, которых постоянно изменяются, под влиянием требований инновационной экономики и ее рыночного спроса [7]. Информационное предпринимательство, развивающееся в среде Интернет с использованием современных информационных технологий, направлено на удовлетворение потребностей потребителей в информационных товарах и услугах с целью получения прибыли или предпринимательского дохода.

Интернет - это один из самых эффективных инструментов для создания или развития большинства видов бизнеса, так как имеет двойственную природу – с одной стороны это дополнительный инструмент развития существующего бизнеса, предполагающий использование информационных Интернет-технологий, с другой – основа для создания бизнеса «с нуля» [4].

В сфере Интернет-экономики выделяются следующие виды предпринимательской деятельности: 1. Информационные услуги. 2. Финансовые услуги: перевод денежных средств, интернет-страхование, Интернет-банкинг. 3. Услуги связи: IP-телефония, электронная почта. 4. Электронная коммерция. 5. Консалтинговые услуги. 6. Дистанционное обучение. 7. Электронные биржи. 8. Развлечение. 9. Игровая индустрия.

Главная идея Интернет как фактора развития информационного предпринимательства заключается в свободном распространении информации и установлении связей между людьми. Интернет многообразен по своей сути, выполняя с практической точки зрения, следующие функции, способствующие развитию информационного бизнеса [6]:

- источник деловой информации;
- инструмент принятия решений;
- инструмент организации деловых контактов и организации обратной связи участников информационного обмена;
- площадка ведения бизнеса, оказания государственных услуг;
- инструмент организации контроля над прохождением деловых процессов;

- инструмент виртуализации бизнес-процессов;
- один из способов организации маркетинговых коммуникаций;
- инструмент организации обучения;
- сфера занятости и инструмент поиска вакансий.

В рамках бизнеса Интернет используется как недорогие коммуникации, инструмент снижения внутрифирменных технологических затрат и в качестве удобного средства для разработки фирменных информационных систем.

Интернет – это наиболее эффективный способ преодоления информационных, идеологических, географических барьеров между участниками экономических и социальных отношений. Интернет предоставляет широкие возможности организации вертикального и горизонтального информационного обмена различных уровней, повышения качества и уровня доступности услуг. Для традиционной торговли сеть Интернет является средством передачи данных; для электронной торговли – рынок осуществления сделок.

Сеть Интернет предлагает широкий набор инструментов поддержки бизнеса:

1. Корпоративный web-сайт.
2. Интернет-магазин.
3. Интернет-аукцион.
4. Информационный корпоративный портал.
5. Интернет-биржа.
6. Интернет-маркетинг [3].
7. Предоставление удаленных услуг (консультации, юридическая, бухгалтерская поддержка, образовательные онлайн-сервисы и др.)
8. Дистанционная работа.

Эффективность информационного бизнеса, построенного на базе Интернет-технологий выражается не только в совершенствовании и автоматизации собственных процессов, но и в повышении результативности контактов с новыми поставщиками и заказчиками, и снижением транзакционных издержек.

Сеть Интернет, выступая как новый канал распределения товаров и услуг, оказывает влияние на две группы компаний. К первой относятся производители, которые могут воспользоваться им как средством доступа к конечным потребителям продукции. Во вторую входят посредники в существующих каналах, для которых Интернет может представлять некоторую угрозу в связи с возможностью отказа от их услуг со стороны производителей, а также новые виды посредников, возникшие в результате внедрения информационных Интернет-технологий в торговые отношения хозяйствующих субъектов.

Развитие Интернет привело к возникновению двух новых тенденций в существующих системах распределения информационных товаров и услуг.

С одной стороны, формирование прямого доступа к конечному потребителю, организация прямого маркетинга; с другой - формирование системы информационных посредников, оказывающих информационные услуги для всех участников рынка

Как и любой вид деятельности, активность экономических субъектов в сети Интернет имеет мотивационную основу и является тем новым видом, который сочетает в себе свойства различных традиционно выделяемых в психологии видов деятельности. На основе исследования психологической мотивации современных пользователей сети Интернет, проведенные О. Н. Арестовой, Л. Н. Бабаниным, А. Е. Войскунским, можно сделать вывод, что в основе деятельности экономических субъектов в сети Интернет лежат такие виды мотивов [1]:

1. Деловой мотив. Для большинства пользователей работа в Интернет является частью профессиональной деятельности, направленной на достижение конкретной цели.

2. Познавательный мотив.

3. Корпоративный мотив (мотив сотрудничества). Ориентация пользователей на сотрудничество, а не просто общение с другими при работе в Интернет служит индикатором корпоративной мотивации.

Таким образом, технологии Интернет позволяют решить следующие проблемы в развитии современного бизнеса:

- недостаточность информационного обмена между компаниями и партнерами, персоналом;
- сложность выхода на новые рынки (региональные, мировые);
- высокие издержки;
- недостаточность средств для масштабных рекламных кампаний и др. [7].

Использование технологий Интернет предоставляет такие возможности, как:

- обмен информацией с любой точкой мира;
- сокращение издержек;
- мобильность бизнеса;
- оперативность реагирования на изменение условий экономической деятельности;
- возможность передачи без ущерба бизнесу части бизнес-процессов на аутсорсинг [2].

Но, несмотря на преимущества, которые предоставляет Интернет для организации и ведения бизнеса, оказания различного рода услуг, существует ряд трудностей, препятствующих развитию Интернет как фактора повышающего эффективность экономической деятельности:

- невысокий уровень развития инфраструктуры;

- отсутствие правового регулирования некоторых сторон электронной торговли, защиты прав потребителей, предпринимателей;
- инерционность в восприятии новых подходов в управлении со стороны топ-менеджмента организаций;
- неоптимальное использование имеющихся ресурсов компании [3].

Инвестиции в Интернет-экономику являются высокоприбыльными и обеспечивающими движение общества вперед к устойчивому развитию. Происходит изменение ситуации на рынках труда, капитала, производства товаров и услуг, социальной сферы, создания равных возможностей торговли во многих странах мира. Информационно-телекоммуникационные технологии становятся важным фактором социально-экономического развития общества

Библиографический список

1. **Арестова О.Н.**, Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Мотивация пользователей Интернета [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.relarn.ru:8080/human/motivation.txt.
2. **Гуров В. В.** Интернет для бизнеса. М.: ООО «Электронинформ», 2000
3. **Зайцева Н.Е.** Актуальность Internet-потенциала в развитии рыночных отношений // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. Сб. науч. тр. / под ред. Б.Д. Бабаева, Е.Е. Николаевой. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2013. Вып. 5 (21).
4. **Зайцева Н.Е.** Особенности Internet-потенциала как фактора развития рыночных отношений // Вестник молодых ученых ИвГУ. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2014.
5. Инновационная экономика / под ред. А.А. Дынкина, Н.И. Ивановой. М.: Наука, 2001.
6. **Карпенко С.** Internet в вопросах и ответах. СПб.: Питер, 1998.
7. **Родионов И.И.** Мировой рынок электронной информации для предпринимателей. М.: Электронные знания, 2002.

*Зобнина Н.В., студ.; рук. Грубов Е.О., к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ТЕКСТИЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Финансы представляют собой совокупность экономических отношений в процессе формирования и использования фондов денежных средств [1]. Движение финансовых ресурсов определяет работоспособность финансовой системы. От должного уровня управления финансовыми ресурсами зависит благополучие предприятия, так как важное место в финансовой структуре организации занимают вопросы распределения денежных доходов, прибыли. Эффективное управление финансовыми ресурсами включает финансовое планирование и прогнозирование с такими элементами, как бюджетирование, бизнес-планирование, разработка инвестици-

онных проектов, организация управленческого учета, комплексный финансовый анализ [2].

Важной сферой управления финансами на предприятии является принятие финансовых решений, которые заключаются в формировании достаточных для развития предприятия финансовых ресурсов, поиске новых источников финансирования, использовании новых финансовых инструментов, позволяющих решать ключевые проблемы финансов: платежеспособность, ликвидность, доходность и оптимальное соотношение собственных и заемных источников финансирования предприятия. Рациональное управление финансовыми ресурсами служит для достижения таких целей, как лидерство в борьбе с конкурентами, максимизация рыночной стоимости фирмы, обеспечение приемлемых темпов роста экономического потенциала фирмы, максимизация прибыли, избежание банкротства и т.д. [3]

Управление финансами осуществляется посредством проведения финансового анализа, планирования, учета, контроля и регулирования денежных средств. Система управления финансами должна быть саморазвивающейся. Это отражает возникновение таких качеств, как гибкость и адаптивность к изменениям, ориентация на инновации, поиск и разработка идей по привлечению инвестиций. Система управления финансами в новых условиях становится источником дополнительных финансовых ресурсов для развития бизнеса [4].

При проведении анализа управления финансовыми ресурсами текстильного предприятия, занимающегося производством и выпуском ткани и швейных изделий, созданием дизайнов, нанесением рисунков, пошивом КПБ, одеял, подушек, автором поставлены следующие задачи: исследовать теоретические основы управления финансовыми ресурсами предприятия; провести анализ системы управления финансовыми ресурсами и выявить основные проблемы; разработать рекомендации по улучшению системы управления финансовыми ресурсами.

Особенностью текстильной промышленности является высокая мобильность производства, позволяющая при сезонных изменениях рынка осуществлять быструю смену ассортимента продукции, не уменьшая объемы выпуска. Позитивным фактором является быстрая отдача вложенных средств, что позволяет эффективно использовать заемные и субсидированные средства [5].

Предлагается проводить мониторинг основных показателей финансового состояния предприятия, представленных в табл. 1. На основе данных показателей должен осуществляться контроль устойчивости финансового состояния и выявляться отклонения от заданного курса. Это позволит оперативно вносить изменения в финансовую политику предприятия, корректировать курс его долгосрочного и краткосрочного развития. Таким образом, управленческие решения, принимаемые руководством, становятся более обоснованными, имея под собой базу определенных показателей.

Таблица 1 – Показатели для проведения мониторинга финансового состояния

Показатель	Формула для расчета
Коэффициент изменения выручки	$\frac{\text{Выручка за текущий период} - \text{Выручка за прошлый период}}{\text{Выручка за прошлый период}}$
Относительный валовый доход	$\frac{\text{Валовый доход}}{\text{Выручка от реализации}}$
Оборачиваемость дебиторской задолженности	$\frac{\text{Ср. знач. дебиторской задолженности} * 90 \text{ дн.}}{\text{Выручка за 3 месяца}}$
Оборачиваемость товарно-материальных запасов	$\frac{\text{Себестоимость проданных товаров за последние 12 месяцев}}{\text{Ср. знач. запасов}}$
Коэффициент общей ликвидности	$\frac{\text{Текущие активы}}{\text{Текущие обязательства}}$
Коэффициент быстрой ликвидности	$\frac{\text{Ден. средства} + \text{Рын. ценные бумаги} + \text{Счета к получению}}{\text{Текущие обязательства}}$

Библиографический список

1. **Райзберг Б.А.**, Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2006.
2. **Шеремет А.Д.**, Ионова А.Ф. Финансы предприятий: менеджмент и анализ. 2-е изд., испр. и доп. М.: ИНФРА-М, 2007.
3. **Крейнина М.Н.** Финансовое состояние предприятия. Методы оценки. М.: Дис, 2003.
4. **Бурмистрова Л.М.** Финансы организаций (предприятий). М.: ИНФРА-М, 2007.
5. **Печаткина Е.Ю.** Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 8 (262). Экономика. Вып. 36. С. 117–123.

КОНТУР ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Ивановская область располагает необходимым инновационным потенциалом, развитой инновационной инфраструктурой для формирования эффективной инновационно-ориентированной социально-экономической структуры территории. Базовыми нормативными правовыми актами, регулирующими развитие инновационной деятельности в регионе являются «Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 года» и Государственная программа Ивановской области «Экономическое развитие и инновационная экономика Ивановской области» [1].

Основными приоритетными направлениями инновационной и научно-технической деятельности экономических агентов в регионе являются: 1) разработка новых видов тканей на основе полиэфирных волокон и нетканых материалов (геотекстиль), в том числе на основе применения нанотехнологий; 2) разработка новых видов красителей для тканей; 3) разработка новых видов промышленных станков и оборудования; 4) разработка новых видов специальной и строительной техники; 5) разработка проектов в области энергосберегающих технологий; 6) разработка шумозащитных, вибропоглощающих, прокладочных, теплоизоляционных материалов; 7) разработки в сфере моды и дизайна.

Согласно анализа ключевых цифр Государственной программы Ивановской области «Экономическое развитие и инновационная экономика Ивановской области» распределение инвестиций в период с 2014 по 2018 гг. выглядит следующим образом (рис. 1) [2]:

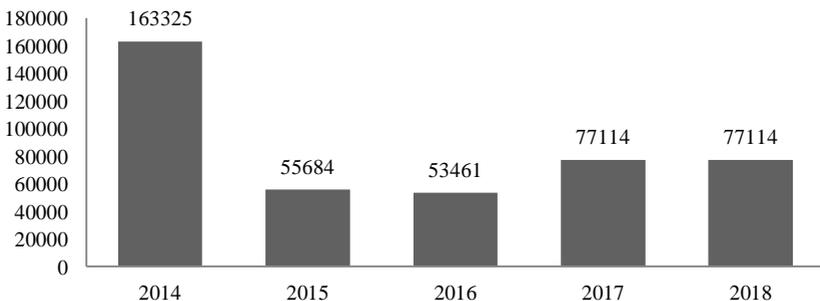


Рис. 1. Распределение объемов финансирования на экономическое развитие и инновационную экономику Ивановской области в 2014-2018 гг., тыс. руб.

В период 2014-2018 годов в сфере малого и среднего предпринимательства региона ожидается продолжение тенденции роста числа малых и средних предприятий, индивидуальных предпринимателей, увеличения численности занятых у них работников, а также оборота малых и средних предприятий. Во многом данные прогнозы связываются с дальнейшей реализацией мер по поддержке малого и среднего предпринимательства на государственном и муниципальном уровнях, в отсутствие которой темпы развития сектора в прогнозном периоде существенно снизятся. В рамках реализации целевых программ, а также с помощью мер налогового регулирования, сектору малого и среднего предпринимательства Ивановской области оказывается ощутимая государственная поддержка. В частности, в указанный период применяются следующие стимулирующие меры:

- субсидирование части затрат, связанных с уплатой процентов по кредитам для субъектов малого и среднего предпринимательства, производящих экспортную продукцию;
- пониженная ставка (5%) по налогу, взимаемому в связи с применением упрощенной системы налогообложения, для большинства малых и средних предприятий, индивидуальных предпринимателей, занятых в реальном секторе экономики и социальной сфере;
- с 1 января 2013 года на территории области введена патентная система налогообложения для индивидуальных предпринимателей, значительно упрощающая отчетность и облегчающая процесс ведения бизнеса и т.д.

Правительство Ивановской области последовательно проводит политику формирования инновационной инфраструктуры региона. Осуществляется активное взаимодействие с Российский фондом фундаментальных исследований, Российский гуманитарным научным фондом, Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (фонд Бортника), ведущими ивановскими вузами и НИИ.

Региональная инновационная инфраструктура региона в настоящий момент времени представлена следующими компонентами (рис. 2):

1) Индустриальный парк «Родники» – территория с комплексом производственных и вспомогательных помещений, собственной электростанцией и всей инфраструктурой, необходимой для создания нового производства в максимально короткие сроки. На территории парка расположено более 300 тысяч кв. м производственных, складских, офисных и вспомогательных помещений со всеми необходимыми коммуникациями. Индустриальный парк имеет более 50 га свободных земель, обеспеченных коммуникациями, для строительства новых производственных зданий. На площадях индустриального парка «Родники» уже осуществляют производственную деятельность 34 резидента, в том числе иностранные компании, с общим объемом выпуска продукции около 550 млн рублей в год.

2) В стадии формирования Индустриальный парк «Иваново-Вознесенск» и индустриальный парк «Кинешма».

3) Четыре учебно-научных и исследовательских центра при ИГЭУ, разрабатывающие проблематику энергосберегающих и энергоэффективных технологий.

4) Научно-исследовательский центр и экспериментальная медико-биологическая клиника с виварием (ИГМА);

5) Четыре научно-исследовательских института и центра при ИГХТУ, занимающиеся проблемами химии, наноматериалов и прогрессивных химических соединений;

6) Объединённый физико-химический центр растворов (ИГХТУ совместно с Институтом химии растворов РАН);

7) Центр коллективного пользования научным оборудованием «Верхневолжский региональный центр физико-химических исследований» (Институт химии растворов РАН);

8) Ивановский научно-исследовательский институт материнства и детства имени В.Н. Городкова.



Рис. 2. Компоненты инновационной инфраструктуры региональной инновационной системы Ивановской области

Фундаментом ускорения инновационного развития Ивановской области являются:

- развитая система профессионального образования, существенный инновационный потенциал ведущих вузов;

- значительные технологические заделы организаций и предприятий;

высокая квалификация и профессионализм занятых в традиционных отраслях промышленности;

- близость к Москве – потенциальному поставщику технологий, носителю новейших знаний и компетенций, крупнейшему потребителю инновационной продукции.

При реализации региональной инновационной политики особое внимание будет уделено активизации инновационной деятельности в традиционных для Ивановской области отраслях промышленности (текстильной и швейной, машиностроение), а так же в научно-образовательном комплексе, агропромышленном комплексе, строительной индустрии, химической и металлургической промышленности. Расширение сотрудничества промышленных предприятий и научных организаций области с ведущими отечественными и зарубежными инновационными компаниями, в том числе посредством организации деловых миссий, салонов, выставок, конференций, ярмарок и иных мероприятий с участием представителей бизнеса и науки Ивановской области, позволит активизировать процесс обмена информацией в сфере инновационной деятельности, а также процесс ретрансляции актуальных компетенций в региональные научные и бизнес-структуры.

Библиографический список

1. Инновационная стратегия развития региона [Электронный ресурс] // Общественная палата Ивановской области. URL: <http://www.opiv.ru/examination/doc/part4/>
2. Постановление Правительства Ивановской области от 13 ноября 2013 года N 459-П «Об утверждении Государственной программы Ивановской области «Экономическое развитие и инновационная экономика Ивановской области»

*Кабанова А.С., студ.; рук. Ю.Ф. Битеряков, к.э.н, проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

На сегодняшний день кризисные явления, как в мировой, так и в отечественной экономике продолжают усугубляться, что заставляет перед наукой и практикой управления предприятиями ставить новые задачи. И каждого финансового менеджера интересует вопрос: «Как при совершении очередной сделки избежать потерь или хотя бы максимально их сократить?». Но при сложившихся условиях, когда к жестким рыночным механизмам добавились политические санкции от ряда западных стран, обойти потери стороной будет невозможно.

Управление организацией в условиях финансового кризиса — это совокупность методов, направленных с одной стороны, на уменьшение всех статей затрат, увеличение поступления денежных средств в организацию, необходимых для погашения долгов, а с другой — на рост объема продаж и получение соразмерной прибыли. Значимым здесь является использование новых приемов управления, которые могут кардинально поменять существующую систему после реорганизации. К таким приемам можно отнести: использование ноу-хау, позиционирование торговой марки, оптимизация кадровой работы, борьба за качество, ценовая политика и т.д. [2].

В условиях кризисного пребывания наиболее важно сократить одни затраты и увеличить другие, которые могут сделать компанию прибыльной. Необходим быстрый приток денежных средств в организацию. Работы в выбранных стратегических направлениях не могут финансироваться только за счет внутренней экономии. И тут возникает необходимость привлечения заемных средств со стороны, что само по себе затруднительно, т. к. финансовый кризис предприятия зачастую означает его фактическое банкротство. Поэтому так важно определить оптимальное соотношение всех мер воздействия, необходимых для того, чтобы предприятие сначала могло "удержаться на плаву", а затем начать новый более эффективный этап в своей деятельности.

Сокращение затрат является необходимым шагом в той ситуации, когда организация испытывает финансовый кризис. Необходимо централизовать принятие всех решений, которые влияют на движение материальных активов предприятия, сокращать или замораживать расходы, связанные с развитием существующих долгосрочных проектов: НИОКР, капитального строительства и других вложений, окупаемость которых превышает один год.

Методы сокращения затрат включают: контроль затрат, анализ источников возникновения затрат, их классификацию по степени зависимости от объемов производства, проведение мероприятий по снижению затрат, оценку полученного эффекта.

Основные направления деятельности по снижению затрат: сокращение фонда оплаты труда; сокращение затрат на сырье и материалы за счет использования более дешевых компонентов изделий, горизонтальной интеграции с поставщиками, работы с местными производителями, внедрения ресурсосберегающих технологий; сокращение производственных расходов, затрат на ремонт и обслуживание оборудования, затрат на рекламу, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, исследование рынка, поддержание определенного качества услуг.

Привлечение денежных средств в организацию в условиях кризиса осуществляется в основном по трем главным направлениям — во-первых: продажа и сдача в аренду активов компании; во-вторых: оптимизация про-

даж; в-третьих: изменение кредитной политики для ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности.

Любые активы, находящиеся в собственности компании, — здания, сооружения, машины, оборудование, облигации, акции, в т. ч. и других предприятий, векселя банков — могут быть проданы или использованы для погашения долга в ходе проведения реструктуризации. Это возможно, если данные активы не являются обеспечением задолженности по другим обязательствам (залоговые требования). Если затраты предприятия на хранение и обслуживание активов велики, выгоднее продать их. Ценные бумаги можно предложить приобрести кредиторам, которые заинтересованы в расширении сферы своей деятельности за счет приобретения пакетов акций [1].

Анализ чувствительности предназначен для исследования частных зависимостей плановых показателей от каждого из факторов неопределенности при условии, что остальные факторы имеют ожидаемые (наиболее вероятные — прогнозные) значения. Благодаря этому методу, гораздо удобнее изучать поведение таких показателей, как доходы, расходы и прибыль предприятия, а также связанные с ними денежные потоки. Иными словами анализ чувствительности представляет собой метод раздельного исследования влияния факторов неопределенности на планируемые показатели. Проводится такой анализ с помощью одной из самых известных программ - Microsoft Excel.

В рамках же сценарного анализа планируется несколько вариантов развития предприятия в предстоящем периоде по трем видам сценария, а именно: пессимистическому, наиболее вероятному и оптимистическому. Задача такого планирования состоит в том, чтобы разграничить возможные колебания финансовых показателей и позволить обеспечить гибкость плана при колебаниях финансовых показателей в зоне этих границ [3].

На данном отрезке времени немалое количество предприятий пребывают в сложном финансовом положении и нуждаются в серьезных комплексных мероприятиях по восстановлению эффективного функционирования производства. И только спустя какое-то время, все смогут убедиться, к чему в действительности приведет финансовый кризис.

Библиографический список

1. **Брусов П.Н.** Финансовый менеджмент. Финансовое планирование : учеб. пособие / П. Н. Брусов, Т. В. Филатова. М.: КНОРУС, 2012.
2. Финансовый менеджмент: проблемы и решения: учеб. для магистров / под ред. А.З. Бобылевой. М.: Юрайт, 2012.

СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ ДОЛГОВ: МЕЖДУНАРОДНАЯ И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

Для того чтобы наиболее полно раскрыть данную тему необходимо разобраться в самом смысле термина «секьюритизация». Данное понятие можно охарактеризовать как замену ценными бумагами, находящимися в свободном обращении на фондовом рынке нерыночных займов или потоков наличных денежных средств. Зачастую используется как способ финансирования через превращение неликвидных активов в высоколиквидные ценные бумаги. Этот термин вошёл в лексикон финансистов не так давно - всего лишь в 90-ые года 20-ого века. Первоначально этот финансовый инструмент применялся только для погашения простых самопогашаемых активов, например ипотек. Несмотря на это на сегодняшний день существует несколько видов секьюритизации классифицируемых исходя из типа актива, например: секьюритизация будущих поступлений, секьюритизация существующих активов, корпоративная секьюритизация, и т.д.

В данной статье мы рассмотрим секьюритизацию долговых обязательств, что на практике представляет собой преобразование неликвидных финансовых инструментов в новые ликвидные инструменты, в процессе которого происходит финансирование либо рефинансирования неких активов фирмы, способных приносить доход, путём их «превращения» в ликвидную форму – ценные бумаги. [1] Особенностью секьюритизации долгов в отличие от других её видов состоит в том, что здесь роль активов берут на себя среднесрочные и долгосрочные долговые обязательства. Такие активы есть результат уже совершённых кредитных операций, они уже входят в портфели каких-либо финансовых учреждений. Выбор таких активов можно объяснить следующим: - они имеют низкие риски; - длительный период кредитования; - предсказуемые денежные потоки; - в некоторых случаях большое значение имеет заинтересованность государства.

Далее обратимся к сути данной системы - секьюритизации долгов: потенциальный заёмщик формирует пакет однородных активов, которые он желает снять со своего баланса, в практике такой пакет называют «пул» или индикативный портфель. Пул это и есть основа и гарант долговых обязательств. Держатель пакета однородных активов получает некоторую долю дохода, генерируемую пулом. Выпуск бумаг может происходить двумя способами – когда непосредственно оригинатор выпускает их, либо когда он передаёт активы специально созданному юридическому лицу для их дальнейшего выпуска в виде ценных бумаг. Так же существует два варианта распределения получения доходов от долговых обязательств - заранее оговоренная схема или непосредственное распределение дохода от

первичных дебиторов непосредственно к держателям секьюритизированных ценных бумаг. Успех секьюритизации долгов возможен только при отделении сгенерированного пула активов от стандартных рисков, являющихся результатом деятельности originатора, то есть фирмы, использующей данный финансовый механизм.

Вообще понятие секьюритизации зародилось в США, в 1970-ые годы. Её появление ознаменовалось тем, что некоторые организации при поддержке правительства США объединили жилищные ипотеки в пулы. Уже через 10 лет для секьюритизации стали использоваться и многие другие активы, способные приносить доход. Далее масштабы использования этого финансового инструмента сильно возрастали не только в пределах США, но и в других крупных развитых странах. Рост этого явления сопровождался ростом таких негативных явлений, как некачественное первоначальное предоставление кредитов, предоставление непервоклассных ипотек. Всё это в свою очередь являлось одной из причин нагрянувшего кредитного кризиса. Чрезмерное и непродуманное употребление механизма секьюритизации долгов привело к негативным последствиям, которые в дальнейшем подорвали популярность использования данного инструмента.

В России история практики данного финансового инструмента берёт своё начало в 2004 году, именно тогда была осуществлена секьюритизация будущих экспортных поступлений за газ ОАО «Газпром», цена сделки составляла 1,25 млрд долларов. Уже через год были осуществлены две менее крупные сделки по секьюритизации автокредитов и потребительских ссуд. Ещё через год были заключены восемь сделок секьюритизации существующих активов, таких как секьюритизация лизинговых поступлений, потребительских кредитов, автокредитов и ипотечных кредитов, также были заключены три сделки секьюритизации будущих поступлений. [2] В настоящее время наибольшая доля сделок секьюритизации имеют трансграничную структуру, т.е. нацелены на международных инвесторов. И всё же мы можем с уверенностью сказать, что продвижение в вопросе распространения секьюритизации в России безоговорочно есть, не так давно была заключена первая внутренняя сделка секьюритизации ипотечных кредитов на основе закона «Об ипотечных ценных бумагах». Ожидается рост сферы ипотечной секьюритизации в России, но в ближайшее время, бесспорно, секьюритизация будет сохранять свою трансграничную структуру.

Библиографический список

1. **Газман В.Д.** Секьюритизация лизинговых активов. М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2010.
2. История российской секьюритизации активов [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rcb.ru>

ФОРМИРОВАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ОБЪЕКТОВ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Термин «уникальное торговое предложение» был сформирован одним из столпов рекламной теории и практики американским рекламистом Россером Ривзом. Уникальное торговое предложение должно отвечать следующим условиям:

1. Это должно быть конкретное предложение для покупателя купить конкретный товар и получить конкретную выгоду.
2. Предложение должно быть уникальным, таким, которое конкурент не может сделать, либо может, но не делает.
3. Данное предложение должно быть достаточно сильным, чтобы вовлечь новых потребителей в покупку товара.

В современных условиях существования рынка общественного питания очень сложно предложить, как потребителю, так и ресторатору что-то новое. Однако, в кризисных условиях происходит «отмирание» или усиление определенного сектора на рынке, а, так же, шанс «выстрелить» получают совершенно новые продукты и решения. В рамках статьи предлагается рассмотреть формирование УТП на базе ресторана Beer Gamer House. В 2015 году компанией Beer gamer House было принято решение о выводе на рынок уникального продукта для ресторанного бизнеса, а именно – комплекса из системы розлива пива, электронного официанта, портала и набора маркетинговых мероприятий. Предлагается рассмотреть каждую составляющую по отдельности:

1. Система розлива пива – представляет собой специальное оборудование, позволяющее клиенту не тратить время на попытку дождаться официанта. Уникальность данной составляющей комплекса в её новаторском подходе к объему емкостей для розлива. Если конкурентами используются кеги, вместимостью по 50 л. для розлива на баре, то компания BG использует для данной цели «танки» емкостью 500 л. и розлив осуществляется непосредственно на столах. В количестве 3 штук, что позволяет одновременно держать в ресторане 1,5 тонны разливного пива и не бояться, что оно закончится в один из моментов наплыва клиентов. Для хранения пива в лучшем виде и сохранения его первоначального вкуса в системе установлено промывающее оборудование.

2. Электронный официант – в рамках УТП представляет собой как программное обеспечение, так и техническое оборудование. Программное обеспечение полностью уникально и не основано ни на одном из аналогов, вроде R-keeper или 1С «Трактирь», а само оборудование не представляет из себя планшет или подобное устройство, которое официанту нужно при-

нести/унести, а условный системный блок, который безболезненно можно встроить непосредственно в столик в ресторане, что и продемонстрировано непосредственно в Beer Gamer House. Электронный официант позволяет минимизировать затраты на персонал и человеческий фактор в обслуживании.

3. ВГ-портал – это рейтинг, позволяющий создавать атмосферу, видеть позиции и участвовать в пивных играх, проводимых заведением. Это экран/монитор или система экранов/мониторов, расположенная внутри заведения в хорошо видимом месте зала. К portalу успешно можно подключать заведения, находящиеся в других городах, что подтверждено примером Оренбурга. В процессе игры на экран портала выводится рейтинг команд и количество ими выпитого пива, таким образом конкурирующие игроки всегда могут узнать, как далеко оторвался или отстал соперник и сделать выводы по своей стратегии в данный момент. Данный продукт не имеет аналогов.

4. Портфель маркетинговых мероприятий - данная опция представляет собой постоянно пополняющуюся базу возможных игр и мероприятий для проведения в ресторане. Сюда можно отнести такие игровые события из жизни ВГ как «Взятие Бастилии», «Весенний кубок», «Осенний кубок» и т.д. Все игры имеют свой свод правил и возможность подключения к portalу для межресторанного(межгородского) соревнования клиентов. Совершенно уникален для отрасли, как и предыдущий продукт.

Таким образом, каждая из составных частей комплекса продукта так или иначе уникальна, что формирует и уникальность целого комплекса, выводимого на рынок. Само предложение полностью отвечает условиям, выделенным Ривзом, нацелено на конкретный рынок и потребителя и наделено акцентом на важную для клиента выгоду. Еще на ранней стадии стало понятно, что данный продукт может предложить рынку много новшеств и развивать его в совершенно новом русле.

*Куасси Я.Д., студ.; рук. Н.Р. Терехова, д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

«ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЧУДО» КОТ-Д'ИВУАР

Республика Кот-д'Ивуар расположена в Западной Африке. Граничит с Либерией, Гвинеей, Мали, Буркина Фасо и Ганой, с юга омывается водами Гвинейского залива. С 1983 г. официальной столицей Кот-д'Ивуар стал город Ямусукро, однако это лишь административный центр страны, а главным городом считается мегаполис Абиджан, который называют «Парижем Западной Африки».

История современного Кот-д'Ивуар - это сложный путь от «Берега Слоновой Кости» до современного государства. В I в. до н. э. на территории современного государства жили пигмеи, в XI в. их вытеснили племена сенуфо, а в XV-XVI вв. эти земли перешли к племенам манде, создавшим государство Конг, которое стало впоследствии значительным центром торговли и распространения ислама. Следствием именно этих процессов является современное национальное разнообразие и языковое многообразие при использовании французского языка в качестве государственного. Характеризуя население страны, следует отметить, что количество его активно увеличилось за последние 10 лет с 18,5 млн. чел. в 2014г. до почти 23 млн. чел в 2014г. (рис. 1).

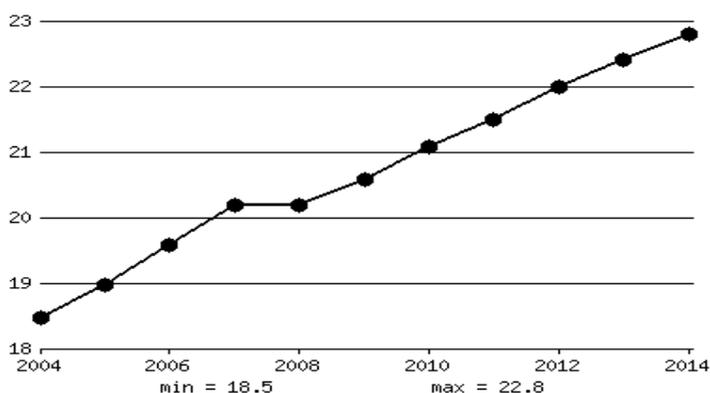


Рис. 1. Население Кот Д'Ивуар (млн. человек) [1]

Страна обладает ресурсами, запасы которых предопределяют направление развития экономики. Кроме слоновой кости, страна богата алмазами, золотом, рудами марганца, никеля, железа, редкими породами деревьев, в прибрежных водах обнаружены запасы нефти и газа. Однако основной отраслью экономики пока остается сельское хозяйство. Для внутреннего потребления выращиваются ямс, маниока, кукуруза, просо и сорго, овощи, а на экспорт идут в первую очередь какао-бобы, кофе, бананы. Объем экспорта за 10 лет уверенно растет. Если в 2004г. его объем составлял примерно 5 млрд. долл., то в 2013г. он превышал 13 млрд. долл. (рис. 2).

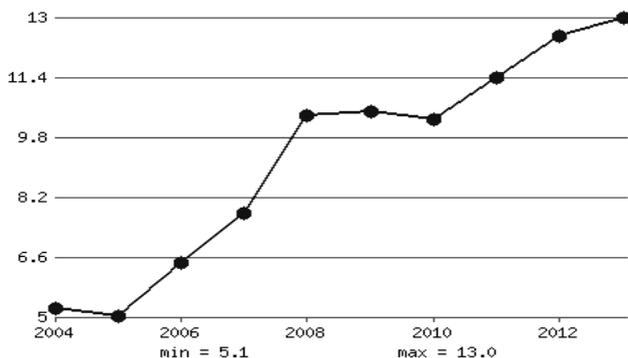


Рис 2. Объем экспорта Кот Д'Ивуар (млрд. долларов США) [1]

В середине XX в. началось движение за независимость Кот-д'Ивуар от Франции, лидером которого стал Феликс Уфуэ-Буаньи. Его политика сочетала стремление к независимости и цивилизованный политический диалог с Францией. Ему удалось привлечь иностранные инвестиции, поддержать национальный бизнес, пережить четыре попытки государственного переворота, шесть раз победить на выборах президента страны. Его «экономическое чудо по-африкански» чуть не обернулось трагедией, когда в 1980-е гг. резкое падение цен на какао и неурожай из-за засухи чуть не привели к гражданской войне. Однако демократические реформы, принятые президентом, помогли ее предотвратить. 33 года правления Уфуэ-Буаньи были периодом стабильности и заложили основы дальнейшего экономического развития государства.

Анализ статистических данных о размере номинального ВВП страны за период с 2004 по 2008 гг. свидетельствует о росте этого показателя с 15,5 до 24 млрд. долл. С 2008 по 2009гг. наблюдалось его снижение до 23 млрд. долл., вызванное политической борьбой и вспышками гражданской войны в связи с выборами нового президента страны [2]. В 2010г. после победы на выборах Уаттара им были сделаны важные шаги к примирению страны и озвучено его заявление о начале «Новой эры надежды». Как следствие, номинальный ВВП страны с 2010г. по 2014г. вырос до 28,3 млрд. долл. (рис. 3).

Грамотная современная экономическая политика Кот-Д'Ивуар в последнее десятилетие привела к снижению государственного долга с 85 млрд. долл. до 45 млрд. долл. (рис. 4).

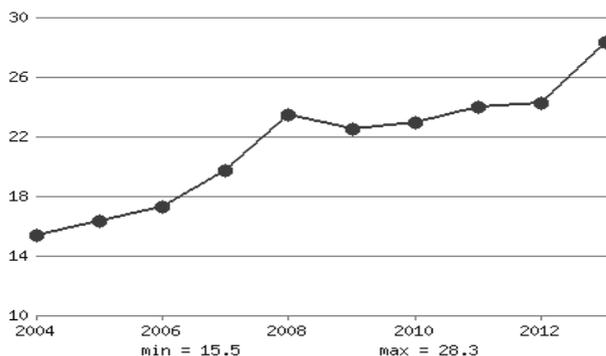


Рис. 3. Размер номинального ВВП Кот-д'Ивуар (млрд. долларов США) [2]

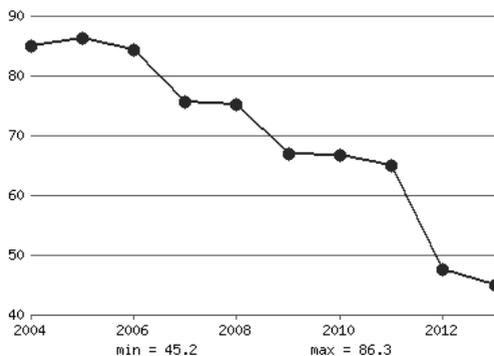


Рис. 4. Государственный долг Кот-д'Ивуар (% к ВВП) [2]

Итак, подводя итог вышесказанному, следует сделать вывод, что «Экономическое чудо» Кот-д'Ивуар – это современная реальность, которая свидетельствует о следующих фактах: *во-первых*, об избавлении страны от влияния на сегодняшнюю жизнь ее сложного исторического прошлого, сдерживающего долгое время ее развитие; *во-вторых*, о большом экономическом и политическом потенциале страны, который позволит ей при таких темпах развития занять достойное место в мировой экономической системе.

Библиографический список

1. [www.statistiquesmondiales.com/cote divoir.htm](http://www.statistiquesmondiales.com/cote%20divoir.htm).-
2. Cf Cote d'Ivoire en chiffre, partie 1: les Fondamentaux: Кот-д'Ивуар в цифрах.

МЕРЫ ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ИНВЕСТОРОВ НА РАЗВИТЫХ РЫНКАХ ЦЕННЫХ БУМАГ

В наше время инвестиции играют большую роль в экономике. Но акционеры несут определённые риски при занятии инвестиционной деятельностью. Это и риск мошенничества, и потеря акций из-за неправильной политики других участников рынка ценных бумаг. Поэтому нет ничего удивительного в том, что государство и общество пытаются выработать эффективные меры по защите прав акционеров.

Все меры по защите прав акционеров можно разделить на две группы: осуществляемые государством и негосударственные.

К государственным мерам относят гражданско-правовые, административно-правовые и уголовно-правовые.

Первый вид подразумевает защиту собственных гражданских прав. Акционер имеет возможность обратиться в судебные инстанции за протекцией, а также добиться восстановления прав и интересов с помощью суда. К гражданским относят все имущественные права. В пример можно привести обжалование акционером действий совета директоров.

Суть административно-правовых мер заключается в том, что участники рынка ценных бумаг несут административную ответственность за свои действия. Сюда относятся проверка эмитентов на основании жалоб, заявлений и обращений акционеров. На основании проверки компетентные органы могут возбудить дело об административном правонарушении. Также возможно наложение штрафных санкций за ущемление прав акционеров.

Третья группа мер включает уголовно-правовые способы. Пострадавшие, которые добились признания себя потерпевшими, могут возместить свои убытки в ходе судебного процесса по уголовному делу. Это происходит при:

- злоупотреблениях при выпуске ценных бумаг (эмиссии);
- неправомерных действиях при банкротстве;
- преднамеренном банкротстве;
- фиктивном банкротстве;
- противоправном посягательстве на акции, если последнее трактовать как мошенничество.

Теперь перейдем к негосударственным способам защиты акционеров. Деление методов на группы, зависит от субъектов, осуществляющих защиту прав акционеров. К ним относят саморегулируемые организации профессиональных участников фондового рынка (СРО), общественные орга-

низации по защите прав акционеров и вкладчиков, Федеральный компенсационный фонд по защите прав вкладчиков и акционеров.

СРО является дополнительным способом защиты по отношению к государственному способу, и предусматривает самостоятельное установление норм поведения участников. Такое регулирование более требовательное, в отличие от закона. Но взамен, они дают более гибкие возможности для рассмотрения жалоб акционеров. Также стоит упомянуть о том, что СРО могут защищать только акционеров, являющихся клиентам её членов.

Общественные организации защищают определенную группу лиц, понесших ущерб от конкретной организации. Также часто такие организации работают с населением, рассказывают о рисках при работе с ценными бумагами.

Федеральный компенсационный фонд защищает лишь физических лиц, понесших ущерб по вине конкретного участника. Фонд выплачивает компенсации, когда должник не имеет денежных средств и иного имущества для покрытия долга.

Вообще должно быть комплексное (системное) использование этих методов. Вместе суды, органы контроля и общественные организации могут выработать политику защиты интересов собственника.

В заключении стоит отметить, что профессиональный участник должен предоставить акционеру полную информацию о своем финансовом положении, копию лицензии, копию регистрации в качестве участника рынка ценных бумаг, а также информацию о выпуске акций и их цене. Акционеру не следует пренебрегать подобной информацией, так как бдительность и внимательность могут уберечь его от вложений в неликвидные активы. Также стоит ознакомиться с законодательством, чтобы знать свои права и возможности.

Библиографический список.

1. О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг. Федеральный закон от 05.03.1999 г., № 46-ФЗ (ред. от 22.08.2004 N 122-ФЗ).
2. Инвестиции.: учебник для вузов / под редакцией В.В. Бочарова. М: изд-во «Питер», 2010.
3. **Крыгина А.С.**, Сребник Б.В. Финансовый кризис: права инвестора и способы их защиты // Финансы. 2009. № 4.
4. **Медведь С.** Защита прав акционеров и общества // Акционерный вестник. 2009. №3.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОРПОРАТИВНЫХ ЭМИТЕНТОВ В РОССИИ

Корпоративными эмитентами на российском рынке ценных бумаг являются банки и предприятия. Среди эмитентов корпоративных ценных бумаг лидируют коммерческие банки. Это объясняется тем, что банковский бизнес даже в кризисный период остаётся наиболее прибыльным.

Кроме коммерческих банков, корпоративными эмитентами на рынке ценных бумаг могут выступать предприятия. Они могут иметь разную организационно-правовую форму: акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью и др.

В качестве примера рассмотрим ТОП-20 эмитентов на ММВБ (Таб. 1). (Данные представлены на 15.10.2014).

Индекс ММВБ представляет собой ценовой, взвешенный по рыночной капитализации (free-float) композитный индекс российского фондового рынка, включающий 50 наиболее ликвидных акций крупнейших и динамично развивающихся российских эмитентов, виды экономической деятельности которых относятся к основным секторам экономики, представленных на Московской бирже. Расчет индекса ММВБ осуществляется Московской биржей в реальной времени и по рублевым ценам. База индекса ММВБ пересматривается 2 раза в год (25 апреля и 25 октября), на основании нескольких критериев, определяющими факторами являются рыночная капитализация и ликвидность акций, значение коэффициента free-float и отраслевая принадлежность эмитента акций.

Рыночная капитализация - это стоимость одной ценной бумаги (акции), акционерного общества, фондового рынка и даже сектора мировой экономики, то есть денежное выражение стоимости какого-либо экономического объекта.

Free-float - коэффициент, показывающий какая доля от всех ценных бумаг компании крутится в свободном обращении на фондовом рынке среди частных инвесторов. Чем выше значение free-float, тем лучше это отражается на ликвидности, а акция менее подвержена ценовым спекуляциям. Высокая доля «свободно плавающих» акций свидетельствует о том, что индивидуальным инвесторам доступно достаточное количество ценных бумаг для осуществления сделок купли-продажи, при этом риск спекуляций с ценой практически исключается.

Под ликвидностью понимают способность продать акции быстро, без существенных потерь. От степени ликвидности зависит, как долго будет осуществляться операция, и какие убытки придётся понести при сделке купли-продажи акций. [1]

Таблица 1[2] – TOP-20 российских эмитентов на ММВБ

№	Наименование	Отрасль	Доля ак-ций, %	Капитализация, млрд. руб.	Уровень ликвидности	Free - float
1	ОАО «Газпром», ао	Нефтегазовая	15.45	3 207.76	Высокий	46%
2	ОАО «ЛУКОЙЛ», ао	Нефтегазовая	14.64	1 705.72	Высокий	57%
3	ОАО «Сбербанк Рос-сии», ао	Банки	11.63	1 609.31	Высокий	48%
4	ОАО «Магнит», ао	Торговля и ритейл	7.99	982.49	Высокий	48%
5	ОАО «НОВАТЭК», ао	Нефтегазовая	5.17	1 272.06	Средний	27%
6	ОАО «ГМК» Нориль-ский никель», ао	Цветная ме-таллургия	4.97	1 100.76	Высокий	24%
7	ОАО «НК» Рос-нефть», ао	Нефтегазовая	4.41	2 440.76	Высокий	12%
8	ОАО «Сургутнефте-газ», ао	Нефтегазовая	3.58	951.74	Средний	25%
9	ОАО «МТС», ао	Связь и телекоммуни-кация	3.38	457.61	Низкий	49%
10	ОАО Банк ВТБ, ао	Банки	3.01	511.94	Высокий	25%
11	ОАО «Татнефть» им. В. Д. Шашина, ао	Нефтегазовая	2.41	499.90	Средний	32%
12	ОАО «Сургутнефте-газ», ап	Нефтегазовая	2.30	208.92	Высокий	73%
13	ОАО «Транснефть», ап	Нефтегазовая	2.06	136.95	Средний	1%
14	ОАО «РусГидро», ао	Энергетика	1.39	270.84	Высокий	34%
15	ОАО «Мегафон», ао	Связь и теле-коммуникация	1.38	610.70	Низкий	15%
16	ОАО «Уралкалий», ао	Химическая промышленность	1.35	408.11	Высокий	45%
17	ООО ЯНДЕКС, ао	Другие отрас-ли	1.23	272.11	Низкий	–
18	ОАО «Ростелеком» ао	Связь и теле-коммуникация	1.15	162.97	Средний	43%
19	ОАО Московская Биржа, ао	Финансовые институты	1.14	135.69	Средний	25%
20	ОАО «Северсталь», ао	Чёрная метал-лургия	1.08	342.63	Средний	21%

Исходя из таблицы, можно сделать следующие выводы:

- наибольшая доля акций (более 50%) принадлежит эмитентам нефтегазовой отрасли;
- наибольшей капитализацией и коэффициентом free-float обладают эмитенты нефтегазовой отрасли;
- наименее ликвидными являются акции эмитентов таких отраслей, как связь и коммуникация, другие отрасли;
- высокий уровень ликвидности присущ банкам, а так же эмитентам, относящимся к отраслям цветной металлургии, энергетики, химической и нефтехимической промышленности, торговли и ритейла;
- средним уровнем ликвидности обладают эмитенты таких отраслей, как финансовые институты, чёрная металлургия.

Таким образом, Московская межбанковская валютная биржа является ведущей российской биржей, на основе которой создана общенациональная система торгов на всех основных сегментах финансового рынка - валютном, фондовом и срочном - как в Москве, так и в крупнейших финансово-промышленных центрах России.

ММВБ – это ведущая фондовая площадка, на которой проходят торги по акциям более 100 российских эмитентов. В настоящее время доля ММВБ в совокупном обороте ведущих биржевых площадок на российском рынке акций достигла 80%.

Библиографический список

1. <http://stocks.investfunds.ru/indicators/view/216/>
2. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Индекс_ММВБ]

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

СИСТЕМА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОСЭНЕРГОАТОМ

Корпоративное управление — система взаимодействия между акционерами и руководством компании, включая её совет директоров, а также - с другими заинтересованными лицами, с помощью которой реализуются права акционеров; это комплекс механизмов, позволяющих акционерам (инвесторам) контролировать деятельность руководителей компании и разрешать возникающие проблемы с прочими группами влияния.

В ходе реформирования атомной отрасли были сформированы разветвленные функциональные холдинги и увеличилось число компа-

ний с государственным участием. Департамент правовой и корпоративной работы Госкорпорации «Росатом» решает масштабные задачи по увеличению темпа роста и производительности атомной промышленности, расширению присутствия ядерной отрасли на внешних рынках. Для этого внедряются механизмы эффективного управления собственностью, осуществляются унификация корпоративных процедур и контроль за деятельности корпоративных служб.

Совершенствование системы корпоративного управления ОАО «Концерн Росэнергоатом» построено на соблюдении основных принципов российского кодекса корпоративного поведения и общепризнанных мировых стандартов корпоративного управления:

- защита прав акционеров;
- равное отношение к акционерам;
- признание предусмотренных законом прав заинтересованных лиц;
- своевременное и точное раскрытие информации по всем существенным вопросам, касающимся Концерна;
- осуществление Советом директоров стратегического управления деятельностью Концерна и эффективный надзор с его стороны за деятельностью исполнительных органов, а также подотчетность членов Совета директоров его акционерам.

Система управления эффективностью деятельности и мотивации персонала была введена в ОАО «Концерн Росэнергоатом» в 2010 году. В ее основе лежит применение ключевых показателей эффективности (КПЭ), что позволяет измерить результативность и сформировать критерии эффективности деятельности каждого отдельного сотрудника. Процесс вознаграждения и его связь с результативностью и развитием сотрудника стали открытыми и прозрачными.

К принципам разработки КПЭ относятся:

Принцип соответствия критериям SMART

Каждая поставленная цель должна быть реальной и достижимой. Результат — измерим в цифрах или определяем качественными показателями.

Принцип декомпозиции

КПЭ подчиненных года «вытекает» из КПЭ руководителей. Принцип сбалансированности КПЭ согласованы друг с другом: последовательны и не противоречивы.

Принцип периодичности

Оценка эффективности деятельности происходит ежегодно. КПЭ известны сотруднику в начале периода и действуют на протяжении всего года.

Основными задачами в области развития человеческого ла: развитие корпоративной культуры, нацеленной на достижение результата и формирование способностей к самосовершенствованию и иннова-

циям, обеспечение соответствия кадрового ресурса стратегическим целям отрасли, обеспечение возможности привлекать и удерживать лучших специалистов.

Порядок вознаграждения работников Концерна регулируется внутренними нормативными актами об оплате труда работников центрального аппарата и филиалов. Размер вознаграждения зависит от уровня должности (в соответствии с дифференцирующими факторами), типа функции должности, а также от уровня выполнения установленных КПЭ. Система мотивации построена на основе премирования за выполнение КПЭ, где каждому показателю присвоено весовое значение в общей сумме премирования. Общая сумма премирования определяется исходя из годовой суммы окладов по каждой должности с определенным коэффициентом. Верхний предел зависит от уровня должности и может достигать 260% при выполнении КПЭ на целевом уровне. Премирование производится только при достижении пороговых значений КПЭ, которые также фиксируются в персональной карте КПЭ. При достижении результатов, превышающих целевой уровень, размер премии может повыситься.

Основными процессами, направленными на повышение эффективности служб управления персоналом в атомной отрасли, являются: автоматизация кадровых процессов, постановка КПЭ руководителям служб управления персоналом, унификация организационных структур служб управления персоналом, вывод транзакционных процессов управления персоналом в общий центр обслуживания (ОЦО). Реализация этих процессов позволит повысить к 2015 году производительность работы кадровых служб более чем на 20%. Среднесписочная численность работников ОАО «Атомэнергопром» в 2013 году составила 100,7 тыс. человек. Средний возраст работников промышленно-производственной группы 42,8 года, средний возраст руководителей 46,7 года. В отчетном году доля специалистов моложе 35 лет составила 30,7%. Количество работников, уволенных в течение отчетного периода – 19,6 тыс. человек (из них 5 тыс. человек – в результате мероприятий по оптимизации). Текучесть кадров без учета уволенных в результате мероприятий по оптимизации в 2013 году составила 19,42%.

*Михалев Д.А., соиск.; рук. А.Н. Ильченко, д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ УСЛОВИЙ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ КЛАСТЕРИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: РЕЗУЛЬТАТЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ

Все большее признание среди экономистов во всем мире находит точка зрения, что регионы, на территории которых складываются кластеры, становятся лидерами экономического развития. Современная кластерная концепция тесно связана с работами Майкла Портера о региональных кластерах [1]. Процесс кластеризации региональных экономик имеет объективный характер, при этом меры госрегулирования должны быть направлены на стимулирование развития в передовых «точках роста». Но возникает вопрос – какие отрасли производства являются наиболее перспективными для экономики в регионах. Адекватным показателем экономического состояния регионов можно считать валовой региональный продукт на душу населения региона.

Разделив регионы ЦФО на моно- и полииндустриальные при помощи показателя «степень кластеризации» [2], определим моноиндустриальными регионами Белгородскую, Воронежскую, Ивановскую, Костромскую, Липецкую и Тульскую области представим динамику их ВРП на душу населения на рис. 1.

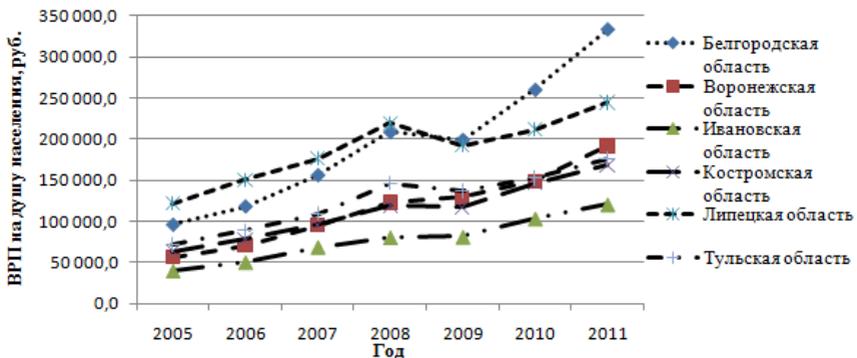


Рис. 1. Динамика ВРП на душу населения моноиндустриальных регионов ЦФО

Пользуясь статистическими данными сборника [3], в котором представлены удельные веса отгруженной продукции 15-ти подотраслей по

виду экономической деятельности «Обрабатывающие производства» определим, что доминирующими отраслями для Белгородской и Липецкой областей является металлургическое производство, для Воронежской и Тульской областей – химическое производство, для Костромской области - обработка древесины и производство изделий из дерева, а для Ивановской – текстильное и швейное производство. Подтверждение тому, что данные промышленные кластеры созданы на территории указанных регионов государством (вертикально) находим в [4-9]. Таким образом, благодаря показателю «степень кластеризации», выявлены созданные посредствам государственного управления кластеры.

Определяя допустимые индикативные значения (коридоры) «степени кластеризации» для каждой отрасли и анализируя зависимость их ВРП на душу населения от этих показателей, региональные власти могут определять для себя дальнейшую промышленную политику в регионе, оценивать негативные и положительные стороны региональной кластеризации

Библиографический список

1. Porter M.E. The competitive advantage of nations /M.E.Porter. New York: The Free Press, 1990. 274 p.
2. Михалев Д.А. Статистический анализ степени кластеризации российских регионов // Статистические методы анализа экономики и общества. IV Международная научно-практическая конференция студентов и аспирантов. Отделение статистики, анализа данных и демографии. Национальный Исследовательский Университет «Высшая Школа Экономики» Факультет экономики, Москва 14-16 мая 2013.
3. Статистический сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели». 2012. М.: Росстат, 2012.
4. Распоряжение Администрации Костромской области от 12.04.2012 № 41-р «Стратегия социально-экономического развития и инвестиционной политики Костромской области на период до 2020 года».
5. Стратегия социально-экономического развития Тульской области до 2028 г. Тула-стат: Т., 2008. – 95 с.
6. Приказ Департамента промышленности, транспорта, связи и инноваций Воронежской обл. от 10.08.2009 № 137 «Об утверждении Концепции развития промышленности Воронежской области на 2010 - 2012 годы и на период до 2020 года».
7. Закон Ивановской области от 11.03.2010 № 22-ОЗ «О стратегии социально-экономического развития Ивановской области до 2020 года».
8. Закон Липецкой области от 25.12.2006 № 10-ОЗ «Стратегия социально-экономического развития липецкой области на период до 2020 года».
9. Постановление Правительства Белгородской области от 25.01.2010 г. № 27-пп «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года».

*Мобио Д.Ж.Ф.А., студ.; рук. Терехова Н.Р., д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОЛОДЕЖИ В КОТ- Д'ИВУАР И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Цель данной статьи состоит в систематизации актуальных проблем предпринимательской деятельности молодежи в Кот-д'Ивуар на современном этапе развития этого африканского государства, которое стремится стать полноправным субъектом мирохозяйственных связей, а также представить наше видение путей решения существующих в рассматриваемой сфере проблем. В качестве одного из значимых направлений реализации этой задачи страна определяет развитие предпринимательской деятельности молодежи, на которую возлагаются большие надежды государства в формировании его новой экономической, политической, культурной роли на мировом уровне.

Однако прежде чем наметить пути развития предпринимательства молодежи в стране, необходимо четко обозначить имеющиеся место проблемы в этой сфере, т.к. только после их разрешения возможно формирование государственной молодежной политики в сфере предпринимательской деятельности. Проанализировав эти проблемы, мы сгруппировали их в трех тесно взаимосвязанных аспектах: политическом, экономическом и культурном.

Итак, в политическом аспекте проблема развития предпринимательской деятельности молодежи Кот-д'Ивуар связана с политической нестабильностью в стране, начиная с 1970-1980-х годов и до сегодняшних дней. Структурная перестройка этого периода, связанная с изменением политического статуса страны, имеет в качестве последствия значительное сокращение доли государства в экономике. Сегодня именно частный сектор движет экономику, а государство уже не является основным создателем рабочих мест. Цикличность в развитии частного сектора страны сопровождается ростом галопирующей инфляции (рис. 1), массовыми увольнениями рабочих, закрытием предприятий, устранением тысяч мелких экономических операторов.

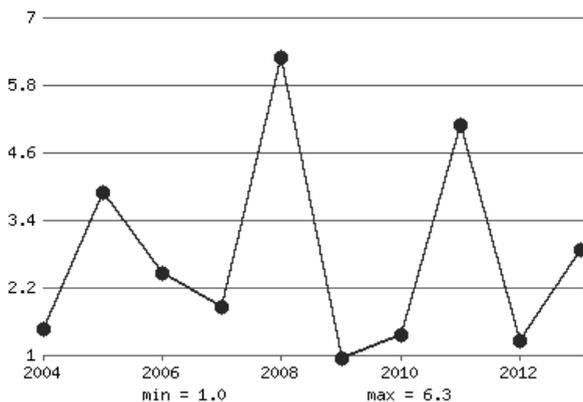


Рис. 1[2]. Инфляция в Кот-Д'Ивуар

Агентство торговли и промышленности Кот-Д'Ивуар все обозначенные выше процессы напрямую связывает с политическим кризисом. В составленном им отчете отмечается, что молодые люди младше 35 лет (их более 64% населения страны) – это основной контингент, определяющий уровень безработицы, достигший в настоящее время примерно 25%, т.е. $\frac{1}{4}$ рабочей силы страны [3]. Причины такого показателя кроются прежде всего в ухудшении социально-политической обстановки в стране на фоне активного демографического роста, отсутствия в экономике рабочих мест для дипломированных выпускников образовательных учреждений. Выход из сложившейся ситуации очевиден - создание социально-политического климата, который бы не только декларировал, но и реально обеспечивал развитие предпринимательской деятельности молодежи. Это означает, что нужны программы политической, законодательной, финансовой поддержки предпринимательства молодежи.

Экономический аспект рассматриваемой проблемы в контексте социально-политического кризиса раскрывается в следующих реалиях: низкая инициативность инвесторов, большие риски инвестирования в условиях политической нестабильности, увеличивающиеся процентные ставки по всем видам заимствований, банкротства молодых предприятий, которые становятся неэффективными уже на стадии их становления. На все это ложится тяжким грузом еще и непомерное налоговое бремя и коррупция административной системы страны.

В культурном аспекте проблемы развития предпринимательства молодежи заключаются в отсутствии необходимой культурной среды, культурного пространства, которое создавало бы благоприятные условия для

культурного образования молодежи, создавало бы стимулы и мотивы к занятию предпринимательством, возможности привлечения в эту сферу молодежи, не имеющей специального образования. Обладая большим потенциалом, эта молодежь представляет собой серьезный социальный риск для страны.

Следует отметить, что государство предпринимает попытки для решения проблем в рассматриваемой сфере. Так, в 1953 г. было создано Агентство рабочей силы, занимающееся трудоустройством граждан. В период с 1978 по 1991 год правительственными усилиями была разработана и внедрена в практику Программа обучения профессиям выпускников школ. В 2003 г. государство учредило Национальный фонд солидарности, главной целью которого является поддержка предпринимательства молодежи, включая финансирование эффективных молодежных проектов.

Подводя итоги всему вышесказанному, мы представим ниже наш взгляд на решение обозначенных проблем в рассматриваемых аспектах.

Так, в политическом аспекте для развития молодежного предпринимательства мы считаем необходимым в первую очередь достижение политической стабильности в стране, которая будет оказывать позитивное влияние на экономику в целом, будет обеспечивать ясность экономических перспектив и, таким образом, придавать импульс предпринимательской динамике. Во-вторых, на административном уровне необходимо ликвидировать коррупцию и разработать законодательство, побуждающее экономических субъектов оперировать в легальной сфере, а не в «теневом» секторе.

В экономическом аспекте, во-первых, необходима государственная поддержка предпринимательской инициативы молодежи посредством адресной льготной налоговой политики, финансовой и технической помощи. Во-вторых, должен быть создан благоприятный инвестиционный климат, оказана поддержка структурам рискованного капитала, которые имеют профессиональный опыт работы в условиях неопределенности. Согласно данным Центра продвижения инвестиций в стране зарегистрировано удвоение инвестиций с 2013 по 2014 год и достигнута цифра 760 млн. евро [3], однако очевидно, что этого недостаточно для развития экономики страны. В-третьих, нужна эффективная политика субсидирования для развития предпринимательства в отраслях, производящих социально-значимые товары, товары первой необходимости. Все эти задачи следует решать, учитывая специфику структуры ВВП страны на современном этапе. Так, если объем ВВП принять за 100%, то доля продукции сельского хозяйства составляет в нем 28,7%, промышленности – 23,5%, услуг – 35,8 %, некоммерческого сектора – 12,0 % [1].

В культурном аспекте приоритетными, на наш взгляд, являются следующие задачи. Во-первых, инвестиции в образование для формирования предпринимательского класса, для его адаптации в национальной и миро-

вой экономике. Во-вторых, разработка и реализация мер по укреплению морального духа и предпринимательской культуры индивидов путем привлечения молодых предприимчивых людей к участию в управлении проектами под руководством опытных профессионалов, стажировка молодых специалистов в службах менеджмента крупных компаний.

Решение обозначенных выше задач позволит, по нашему мнению, создать современную эффективную африканскую модель предпринимательской деятельности молодежи.

Библиографический список

1. Кукукина И.Г., Яо Куаме В. Базовые условия инновационного развития экономики республики Кот-д'Ивуар // Экономические науки. «Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение». 2014. №3(39).
2. Статистика Кот-д'Ивуар [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.statistiquesmondiales.com/cote-divoir.htm>.
3. Cf Cote d'Ivoire en chiffre, partie 1: les Fondamentaux: Кот-д'Ивуар в цифрах.

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

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

В современных условиях конкурентные преимущества компании тесно связаны с ее способностью к внедрению инноваций, к организации инновационного бизнеса как ключевого фактора успеха в глобальной конкуренции. Наиболее рациональной формой инновационной предпринимательской деятельности является венчурный бизнес. Он ограниченно сочетает два вида предпринимательства: инновационное и финансовое, что выделило в рисковом бизнесе два типа экономических субъектов: компании венчурного капитала и финансируемые им малые инновационные фирмы.

Фактически венчурное финансирование может быть охарактеризовано как источник долгосрочных инвестиций, предоставляемых обычно на 5-7 лет предприятиям, находящимся на ранних этапах своего становления, а также, действующим предприятиям для их расширения и модернизации [1].

Первые шаги в развитии венчурного бизнеса в России можно наблюдать с начала 90-х годов. Приватизация привлекла зарубежных инвесторов, так по инициативе Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР) в России было создано 11 региональных венчурных фондов, которые специализировались главным образом на приобретении пакетов акций средних приватизируемых предприятий с целью оказания послед-

ним необходимой помощи в адаптации к условиям переходной экономики. Уже в 1997 году создана Российская ассоциация венчурного инвестирования (РАВИ). В это же время появились сообщения о создании первых венчурных фондов, опирающихся на средства крупных российских банков и диверсифицированных холдингов. Следующим этапом стало учреждение Правительством РФ Венчурного Инновационного Фонда (ВИФ) – некоммерческой организации, созданной для формирования системы венчурного инвестирования в высоко рисковые инновационные проекты.

Однако, к тому времени остро стояла проблема отсутствия нормативной базы, координирующей действия в сфере венчурного капитала. Именно поэтому - главными этапами развития венчурного бизнеса можно считать принятие Постановления ФКЦБ от 14 августа 2002 года, №31/пс «Положение о составе и структуре активов акционерных инвестиционных фондов и активов паевых инвестиционных фондов». Также немаловажно вступление в силу 25 главы Налогового кодекса РФ «О налоге на прибыль», где была решена проблема налогообложения эмиссионного дохода. Нормативный акт закрепил доход, который получает компания при продаже, выпуске акций или долей участия с учетом превышения их номинальной стоимости, не подлежит налогообложению.

Следующим шагом было создание Российской Венчурной Компании (РВК) 7 июня 2006 года. ОАО «Российская венчурная компания» - государственный фонд фондов и институтов развития Российской Федерации, один из ключевых инструментов государства в деле построения национальной инновационной системы. А также создание первого венчурного фонда объемом 3 миллиарда рублей совместно РВК и банком ВТБ в 2007 году.

Деятельность РВК на сегодняшний день является наиболее активной на рынке венчурного капитала. Основным инструментом РВК являются фонды, созданные совместно с частными инвесторами. На начало октября 2013 года в России действует 22 региональных венчурных фонда. Все фонды сформированы на 7 лет со структурой активов, где 25 % средства федерального бюджета, 25% средства регионального бюджета и оставшиеся 50 % средства частных инвесторов [2].

Конечно, чтобы говорить о развитии секторе венчурного бизнеса в России, прежде всего, стоит решить ряд проблем, с которыми сталкивается венчурная индустрия в нашей стране. Во-первых, слаборазвитая нормативно-правовая база. Фактически только несколько документов регламентирующих аспекты венчурного финансирования - ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» ФЗ «О рынке ценных бумаг», а также нормы, регулирующие деятельность инвестиционных фондов, включая фонды особо рискованных (венчурных) инвестиций, установленные Федеральным законом «Об инвестиционных фондах».

Во-вторых, одна из наиболее острых проблем - это недостаток долгосрочного капитала, инвесторы предпочитают кратковременные вложения с маленьким риском и быстрым сроком окупаемости. Ситуация в России усугубляется недостатком капитала российского происхождения, столь необходимого для привлечения инвесторов из-за рубежа, которые предпочитают не участвовать на этапе посева или стартапа, финансирование которых ложится на долю отечественных инвесторов.

Кроме того, непростая экономическая ситуация как на глобальном, так и на российском рынке оказала негативное влияние на многие показатели российской индустрии прямых и венчурных инвестиций.

Так, аналитический отчет по обзору рынка российских венчурных фондов за I – III квартал 2014 года, подготовленный Российской ассоциацией венчурного инвестирования (РАВИ), показывает значительное снижение почти всех показателей инвестиционной активности. Объем мобилизованного капитала и число новых фондов на российском рынке достигли на конец отчетного периода соответственно лишь 42% и 34% от уровня аналогичных показателей 2013 года [3].

В-третьих, неразвитость инфраструктуры, обеспечивающей в научно-технической сфере России появление новых и развитие существующих малых и средних быстрорастущих технологических инновационных предприятий, способных стать привлекательным объектом для прямого (венчурного) инвестирования. Инновационная активность российских предприятий пока остается на низком уровне. По данным Федеральной службы государственной статистики, технологическими инновациями у нас занимаются только 8–9 % предприятий, тогда как в Германии, США, Франции и Японии – от 70 до 82%. Практически не используется инновационный потенциал российской науки и системы образования. Имеющиеся инновационные программы по разработке новых видов продукции не всегда в нужном объеме обеспечены денежными средствами, как со стороны государства, так и со стороны коммерческих структур, кредитами банков – государственных и коммерческих.

Однако, не смотря на все проблемы, большинство экспертов говорят о том, что у венчурного финансирования в России большое будущее, оно будет развиваться даже в тяжелые для экономики времена, возможно именно венчурные инвесторы помогут развитию отраслей, которые впоследствии станут флагманами российской экономики. Заместитель генерального директора, директор проектного офиса, член правления ОАО «РВК» Евгений Кузнецов считает, что в России венчурный рынок уже создан. «Россия совершила резкий рывок. С 2007 по 2012 годы объем венчурного финансирования и сделанных инвестиций вырос в 10 раз, - сообщил он. – По этим показателям в 2012 году Россия вышла на 2 место в Европе и на 4 место в мире» [4].

Библиографический список

1. Венчурный менеджмент: учеб. пособие / Е.А. Ткаченко, Е.М. Рогова. М.: НИУ «Высшая школа экономики», 2011.
2. <http://www.rusventure.ru/ru/>
3. [http:// ac.gov.ru/](http://ac.gov.ru/)
4. <http://www.rvca.ru/rus/>

*Мустафаева Ф.В., студ.; рук. О.И. Лапина, доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

Финансовое планирование представляет собой совокупность мероприятий, проводимых органами государственной власти и местного самоуправления, коммерческими и некоммерческими организациями по планомерному формированию и использованию денежных доходов, накоплений, поступлений в соответствии с целями и задачами, поставленными в прогнозах социально-экономического развития, бизнес-планах, документах, определяющих финансовую политику. [1]

Процесс финансового планирования неразрывно связан со спецификой деятельности предприятия. В нашем случае рассмотрим предприятия газовой отрасли. Необходимость наличия в газораспределительных организациях современных методов управления финансово-хозяйственной деятельностью, к которым, несомненно, можно отнести и бюджетирование, обусловлена непростыми условиями современного положения предприятий отрасли, функционирующих в условиях государственного регулирования с одной стороны и рыночного внешнего окружения с другой.

Процесс финансового планирования на предприятиях газового и газораспределительного сектора имеет следующие особенности:

1. Государственное регулирование тарифов на транспортировку природного газа. Для финансирования затрат, не признанных Федеральной службой по тарифам РФ необходимыми, предприятия вынуждены изыскивать внутренние резервы, в том числе экономить расходы, включенные в состав планируемых при утверждении размера тарифов.

2. Процедура утверждения тарифов производится ежегодно на следующий планируемый год и не может учесть издержки, необходимость в которых возникает у организации в ходе текущего года.

3. Помимо регулируемых государством видов деятельности газораспределительные организации осуществляют так называемую «прочую деятельность», включающую, в первую очередь, услуги по проектирова-

нию газовых сетей и услуги по газификации, цены на которые уже диктуются рыночными отношениями.

Можно сделать вывод, что полноценная система планирования газовой и газораспределительной компании не может ориентироваться только на защиту тарифов в Федеральной службой по тарифам РФ, а также должна формировать полную и достоверную картину о развитии предприятия, позволять анализировать возникающие в процессе исполнения планов отклонения и производить корректирующие воздействия.

Рассмотрим процесс бюджетирования на примере газораспределительной компании ОАО «Газпром и газораспределение Иваново» филиал в г. Кинешма.

Сроки проведения бюджетных процедур, требования к составу и порядку предоставления филиалами проектов бюджетов в головное подразделение утверждены Графиком планирования и анализа экономических показателей деятельности структурных подразделений ОАО «Газпром и газораспределение Иваново». Составлению бюджета предшествует разработка прогнозов производственной программы и социально-экономического развития филиала, его участков и подразделений. Сначала формируется доходная часть бюджета, отражающая рыночный потенциал предприятия (прогнозный объем продаж). Затем формируется расходная часть бюджета, как производная от доходов и отражающая затраты тех ресурсов, которые необходимы для получения в будущем периоде запланированных доходов. Подготовка бюджетов осуществляется в несколько этапов: формирование, согласование, корректировка и утверждение. Планирование осуществляется поквартально, а также ведется оперативное планирование по месяцам.

Библиографический список

1. **Грязнова А.Г.**, Маркина Е.В. Финансы. М.: Финансы и статистика, 2012.
2. **Фридман А.М.** Финансы организации (предприятия). М.: Дашков и Ко, 2013.
3. <http://www.gazprom.ru/press/journal-gas-industry>
4. [http:// ac.gov.ru](http://ac.gov.ru)
5. <http://www.ivoblgaz.ru>

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

На сегодняшний день можно сказать что, малое и среднее предпринимательство в России находится, на стадии развития, причем очень медленном. Об этом говорит, темп роста доли ВВП малого и среднего бизнеса в России. Темп роста доли ВВП представлен на рис. 1 [4].

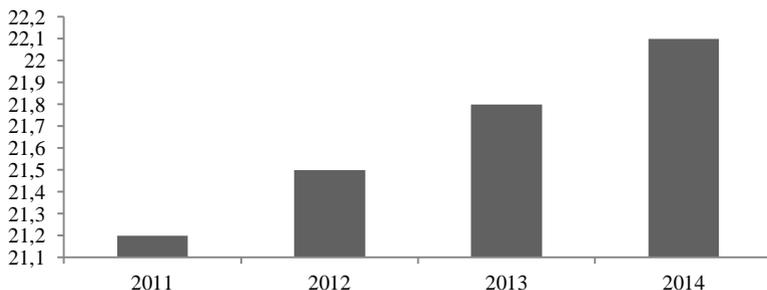


Рис. 1. Темп роста доли ВВП сегмента малого и среднего бизнеса, %

Если ее сравнить с долей ВВП малого и среднего бизнеса зарубежных стран, то мы получим весьма мрачную картину. В феврале 2014 года в газете РБК появилась статья, в которой, Д.А. Медведев в общих словах говорит, о доле ВВП малого и среднего бизнеса на сегодняшний день она составляет 20-25%, когда «В других странах цифры другие» [3]. Наглядное сравнение доли ВВП РФ с другими странами представлено на рис. 2 «Доля ВВП в разных странах» [2].

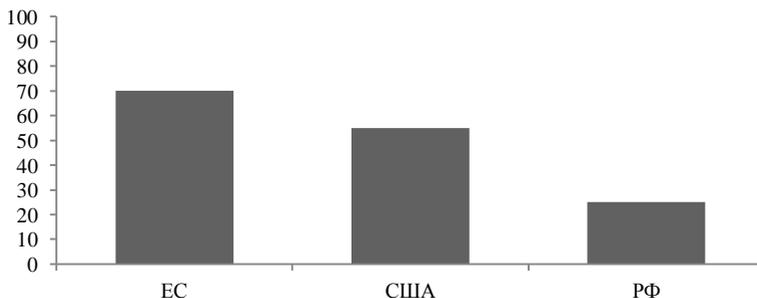


Рис. 2. Доля ВВП сегмента малого и среднего бизнеса в разных странах, %

По данным федерального портала малого и среднего предпринимательства всего в России 89868 организаций, а территориально-обособленных 160784. Находятся они и развиваются в разных видах экономической деятельности.

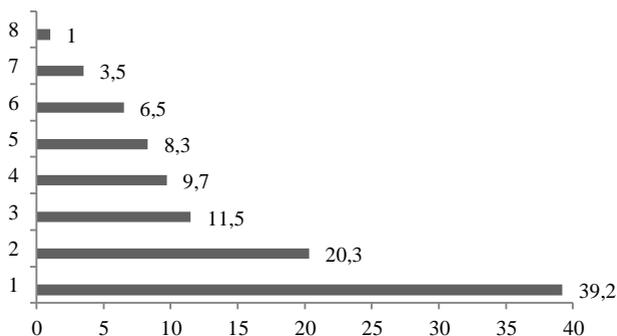


Рис. 3. Распределение контрагентов сегмента малого и среднего бизнеса по видам экономической деятельности: 1) Торговля, ремонт автотранспорта и бытовых изделий; 2) Операции с недвижимостью; 3) Строительство; 4) Обрабатывающие производства; 5) Другие виды деятельности; 6) Транспорт и связь; 7) Сельское и лесное хозяйство, рыболовство; 8) Добыча полезных ископаемых, распределение электроэнергии, газа и воды

Если количество предприятий не мало, сферы их деятельности и развития тоже обширное число, а уровень ВВП маленький в таком случае напрашивается вывод, значит что-то им мешает полноценно развиваться, вероятнее всего это налоговое бремя. На рис. 4 показано уровень налогового бремени РФ в сравнении с зарубежными странами в 2014 году.



Рис. 4. Налоговое бремя субъектов МСБ

Но, не смотря на высокое налоговое бремя, нашим предпринимателям предоставляется возможность выбрать самим собственную систему налогообложения. Это может быть общая система налогообложения, упрощенная система налогообложения, патентная система налогообложения, единый налог на вмененный доход, единый налог на сельскохозяйственную деятельность. Самой важной характеристикой при выборе системы налогообложения является ставка, её сравнение представлено в табл. 1 [1].

Таблица 1 – Налоговая ставка

Система налогообложения	ОСН	УСН	ЕСХН	ЕНВД	Патентная система
Налоговая ставка	20%	6%	6%	15%	6%
		15%			

Даже, в условиях столь медленной ситуации развития предпринимательства, предпринимателям РФ создаются все условия для качественной работы на рынках своей сферы деятельности. Например, как было представлено в таблице 1 им предоставляется возможность выбора системы налогообложения. Но предоставления одного лишь выбора налогообложения недостаточно, необходимо проводить реформы касающиеся уменьшения налогового бремени и систематизации налогов в целом.

Библиографический список

1. <http://www.malyi-biznes.ru/sistemy/sravnenie>
2. <http://www.moluch.ru/archive/36/4095/>
3. <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/20140203161806.shtml>
4. http://www.rg.ru/2011_/11/22/dolya.html

РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА В ПРАКТИКЕ ОЦЕНКИ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ

Управление рисками является основой банковского бизнеса. Поскольку кредитный риск является наиболее значимыми в системе банковских рисков, проблемы, связанные с управлением им, выходят на передний план. Большинство авторов связывает кредитный риск с возможными убытками по кредитной операции.

Такой взгляд на природу кредитного риска сводит управление им к контролю за заемщиком. При этом игнорируется тот факт, что кредитный риск свойственен не только кредитным операциям, но и операциям расчетно-кассового обслуживания, торговле ценными бумагами, карточному бизнесу и т.д. Таким образом, управление кредитным риском подразумевает анализ на уровне совокупного кредитного портфеля, отдельного заемщика, продукта, операции и должно осуществляться системно и комплексно во взаимосвязи с другими видами рисков [1, с.167].

Остановимся на управлении кредитным риском отдельного заемщика – проблеме, актуальность которой подтверждает банковская статистика. Совокупные кредитные вложения российских банков на 01.12.14 г. достигли 33 394 млрд руб., увеличившись с начала года на 16,4 %. Кредиты предприятиям выросли за этот же период на 11,9 % и составили 9 823 млрд руб. Ссуды населению достигли 7 564 млрд руб., увеличившись на 36,3 %. При этом в 2013 г. банки списали 186,5 млрд руб. безнадежных долгов, что на 57,4 % больше, чем в 2012 г. В 2014 г. этот показатель увеличился на 42 % по сравнению с 2013 г. и достиг 265,5 млрд руб. [2].

Управление кредитным риском отдельного заемщика включает определение его кредитоспособности. Постепенно коммерческие банки пришли к осознанию необходимости разработки рейтинговой модели оценки заемщика, которая учитывала бы не только финансовое состояние контрагента, но и ряд других характеристик, например, его кредитную историю, репутацию, качество менеджмента и т.п.

Рейтинговые модели, помогающие банку представить наиболее полную картину состояния контрагента, появились в развитых капиталистических странах во второй половине XX в. (например, PARSEL и PARTS (Великобритания), «правило шести си» и CAMELS (США), COPF (Германия) и др.). Названия этих моделей формируются из начальных букв названий входящих в них компонентов, каждый из которых представляет собой отдельное направление исследования одного или нескольких аспектов деятельности контрагента и оценивается по определенной шкале. Оценка

производится с использованием метода финансовых коэффициентов, метода экспертного анализа, статистических методов [1, с. 230].

Применение данных моделей в российской практике в чистом виде затруднено вследствие отсутствия надежной статистической информации, закрытости некоторых компаний для СМИ, встречающихся фактов искажения финансовой отчетности и т.п. Следует отметить тот факт, что Центральный Банк России не принуждает коммерческие банки строго следовать разработанной им методикой оценки кредитоспособности заемщика. Банки развивают собственную нормативную базу, используя методические рекомендации ЦБ РФ в качестве ориентира.

В качестве примера приведем методику рейтинговой оценки кредитоспособности корпоративного заемщика, разработанную под руководством доктора экономических наук, профессором Т.А. Владимировой и используемую одним из крупнейших российских банков. Методика связана с получением бальной оценки. Количественные значения весов параметров банк может задавать самостоятельно на основе статистики. При оценке кредитного риска контрагента по каждому из одиннадцати факторов, входящих в модель, анализируются группы показателей. Риск-менеджер, используя выявленную в соответствии с настоящей методикой информацию, должен дать адекватную оценку каждому показателю, фиксируя результат в виде экспертной оценки

Приведем факторы, входящие в модель:

- 1) структура акционерного капитала (r_1);
- 2) внутренняя структура корпоративного клиента (r_2);
- 3) кредитная история (r_3);
- 4) деловая репутация (r_4);
- 5) текущее финансовое состояние контрагента (r_5);
- 6) прогнозируемое финансовое состояние контрагента (r_6);
- 7) эффективность управления денежными потоками и финансовыми рынками (r_7);
- 8) эффективность управления персоналом (r_8);
- 9) уровень компетенций менеджеров высшего звена (r_9);
- 10) позиция контрагента в отрасли и регионе (r_{10});
- 11) производственная оснащенность и уровень использования современных технологий (r_{11}).

Агрегированная оценка R влияния факторов риска r_j на способность корпоративного клиента выполнять свои обязательства определяется по формуле

$$R = 0,025 \cdot N_1 + 0,25 \cdot N_2 + 0,5 \cdot N_3 + 0,7 \cdot N_4 + 0,95 \cdot N_5,$$

где i – индекс группы по значениям «оценка влияния факторов риска» (1 – низкое, 2 – умеренное, 3 – среднее, 4 – повышенное, 5 – высокое);

N_i – количество попаданий в i -ю группу, взвешенное с учетом значимости фактора.

Значение агрегированной оценки R определяет категорию заемщика по кредитному риску (табл. 1).

Таблица 1 – Категория заемщика по кредитному риску

Значение переменной «категория кредитного риска»	Интервал значений агрегированной оценки R
R_1	0,00 – 0,10
R_2	0,11 – 0,30
R_3	0,31 – 0,50
R_4	0,51 – 0,70
R_5	0,71 – 0,90
R_6	0,91 – 1,00

Категория риска R_1 свидетельствует о полной способности контрагента исполнять свои обязательства, категория R_6 – минимальную.

Категория кредитного риска как рейтинговый показатель в компактной и емкой форме характеризует состояние и тенденции изменения степени кредитоспособности контрагента, выполняя роль индикатора для принятия решения [3, с. 107].

Поскольку данная модель основана на расширенной системе факторов кредитного риска, она может быть использована не только при принятии решения о возможности предоставления кредита контрагенту, но и при принятии решения о целесообразности проведения с ним иных операций, сопряженных с кредитным риском.

Библиографический список

1. **Ковалев П.П.** Банковский риск-менеджмент. М.: КУРС: ИНФРА-М, 2014.
2. <http://www.izvestia.ru/rublic/16>
3. **Владимирова Т.А., Чеканов М.А.** Рейтинговая оценка кредитоспособности заемщика в системе управления кредитным риском банка // Банковское дело. 2010. № 4.

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ ИЗМЕНЕНИЯ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ПРЕД-АРКТИЧЕСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Современная мировая экономика представлена национальными экономиками государств. Структура и динамика развития экономики каждой страны определяется географией регионов, природно-климатическими факторами, местом в международном разделении труда, ресурсной обеспеченностью, геополитическими и геоэкономическими интересами [1]. Одним из важных факторов развития территории является динамика изменения численности населения. Популяция населения говорит о повышении качества жизни местного населения, в то время как депопуляция характеризует обратную тенденцию.

Арктические и пред-арктические территории находятся в русле этих объективных закономерностей развития.

С Арктикой граничат пять стран: Россия, Канада, США, Норвегия и Дания [3]. Еще три государства – Исландия, Швеция и Финляндия – не имеют с Арктикой океанических границ, однако тоже считают себя пред-арктическими государствами (рис. 1).



Рис. 1. Арктика как важный геостратегический объект

Представление о процессах, происходящих в странах арктического региона, может дать изменение демографических показателей.

На рис. 2 и в табл. 1 представлены среднегодовые темпы прироста численности, населения арктических стран (составлено по данным [4]).

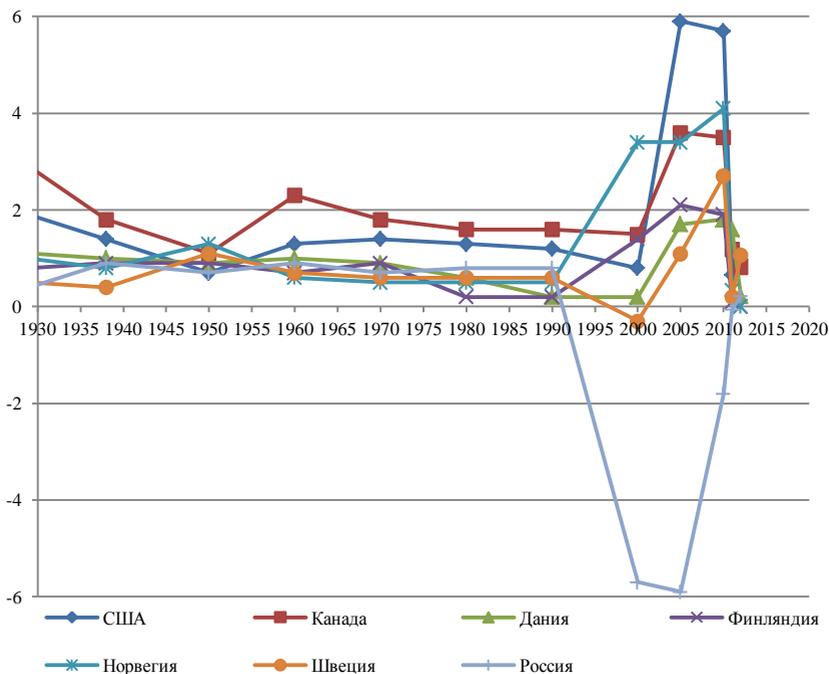


Рис. 2. Среднегодовые темпы прироста численности в арктических странах

Анализ сведений о среднегодовых темпах прироста численности населения в арктических странах, позволил сформулировать следующие выводы:

1. На протяжении всего периода Канада увеличивала прирост численности населения, США за исключением 1938 и 2010 года также наращивала скорость роста численности.
2. Страны Арктики (и даже Швеция, за исключением 2000 года) увеличивали скорость роста численности населения. Не смотря на то что среднегодовая скорость рассматриваемого показателя очень мала, сам

факт популяции населения арктических территорий говорит об увеличении активности её освоения.

3. Россия является на сегодняшний день, практически единственной страной, в которой происходит депопуляция численности населения. Если сравнивать данную тенденцию с демографической историей США, то можно констатировать совершенно противоположную картину.

Поскольку, в настоящее время, освоение арктических и пред-арктических территорий является одним из приоритетных направления развития экономики России [2], одним из путей решения данной задачи является разработка программ, направленных на повышение качества жизни местного населения, а также создание условий для привлечения населения на осваиваемые территории.

Таблица 1 – Среднегодовые темпы прироста численности в арктических странах, %

Страна	1901-1913	1929	1938	1950	1960	1970	1980
США	1,9	1,4	0,7	1,3	1,4	1,3	1,2
Канада	2,9	1,8	1,1	2,3	1,8	1,6	1,6
Дания	1,1	1	0,9	1	0,9	0,6	0,2
Финляндия	0,8	0,8	0,9	0,9	0,7	0,9	0,2
Норвегия	0,7	1	0,8	1,3	0,6	0,5	0,5
Швеция	0,6	0,5	0,4	1,1	0,7	0,6	0,6
Россия	2	0,4	0,9	0,7	0,9	0,7	0,8
Исландия	-	-	-	-	-	-	-
Страна	1990	2000	2005	2010	2011	2012	Средне- годовые темпы роста
США	0,8	5,9	5,7	0,7	0,97	0,64	1,366
Канада	1,5	3,6	3,5	1,19	0,82	1,16	1,736
Дания	0,2	1,7	1,8	1,6	0,21	0,00	0,000
Финляндия	0,2	1,4	2,1	1,9	0,1	0,00	0,000
Норвегия	0,5	3,4	3,4	4,1	0,34	0,00	0,000
Швеция	0,6	-0,3	1,1	2,7	0,2	1,06	-0,651
Россия	0,8	-5,7	-5,9	-1,8	-0,06	0,21	0,866
Исландия	-	-	0,8	0,77	0,74	1,1	0,841

Библиографический список

1. **Залывский Н.П.** Экономика арктических стран: учебное пособие. Архангельск: ИПЦ САФУ им. М. В. Ломоносова, 2012.
2. Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 год.
3. Международно-правовой статус Арктики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tass.ru/info/895685>
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru>

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

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ДОВЕРИЯ К ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ

Интернет-магазин – это специализированный сайт, предлагающий посетителям возможности по приобретению тех или иных товаров или услуг. На сегодняшний день, заказ различных товаров через интернет, с помощью специализированных сайтов, стал очень распространенным явлением. И вопрос выбора интернет-магазина является актуальным.

Новый канал сбыта требует к себе определенного доверия среди населения, и разнообразного продвижения товаров и услуг в массы. Канал сбыта – совокупность организаций или отдельных лиц, которые принимают на себя право собственности на конкретный товар на пути его движения от производителя к потребителю.

Рассмотрим несколько способов повышения уровня доверия к интернет-ресурсу. Основная задача, это облегчить интерфейс вашего сайта. Все самое необходимое должно быть «на глазах». Приветствуется минимализм в дизайне, простота оформления заказов.

Первостепенно, о чем нужно сообщить потенциальному клиенту, координаты местонахождения офиса магазина. Лучшее решение – размещение реальных фотографий помещения. Если действительно хотите повысить уровень доверия, то желательно разместить контакты физического лица, управляющего магазином, а также ФИО, краткую автобиографию.

Для повышения доверия и качества обслуживания интернет-магазина необходимы: обратная связь, интернет-консультант, а так же адрес электронной почты и номер телефона. Эти данные должны быть на виду, чтобы при любой необходимости покупатель мог уточнить все интересующие его вопросы.

Важной будет информация о способах оплаты и доставки товаров: электронные деньги, наложенные платежи, банковские карты и другие.

Не стоит забывать о методах возврата товаров, если он не подошел или не понравился покупателю. С этим не должно быть проблем, поскольку от этого зависит репутация вашего магазина.

Нельзя скрывать комментарии и отзывы покупателей. Это необходимо, чтобы оценивать качество товара. Репутация интернет-магазина намного ценнее, чем несколько отрицательных отзывов, поэтому не пытайтесь их удалять или самостоятельно писать положительные комментарии.

Критерии оценки интернет-магазина будут складываться в совокупности из нескольких параметров:

1. Информационные страницы и реальные контакты
2. Исчерпывающая информация о товаре
3. Соблюдение официальных правил торговли
4. Разнообразные способы оплаты
5. Акции и скидки на продукцию
6. Транзакции заказов
7. Тематический информационный блог

На ресурсе должна быть представлена полная информация об интернет-магазине, чтобы максимально предрасположить потенциального клиента к совершению покупки.

- О компании
- Оплата
- Доставка
- Гарантия
- Контакты
- Имена создателей
- Отзывы
- Помощь

Хороший интернет-магазин обязан соблюдать правила торговли, установленные законом. Необходимая информация должна быть легкодоступна. Вот перечень информации, которая обязательно должна присутствовать на вашем ресурсе:

- Юридические данные
- Адрес главного офиса
- Время работы офиса
- Время работы службы поддержки
- Email, ICQ, Skype, (иные методы электронной связи)

Для улучшения работы с клиентами, всегда необходимо оставаться с ними на связи, поэтому необходим онлайн-чат. Нужно, чтобы операторы могли отвечать на интересующие вопросы потенциального покупателя 24/7 по любому интересующему товару или услуге магазина.

Хороший интернет магазин обязан принимать оплату товара различными способами, чтобы у покупателя не возникло проблем с вариантами оплаты. Желательно не иметь при этом комиссий.

Если вы заинтересованы в продвижении своего магазина и предоставляемого товара, то необходимо постоянно информировать клиентов свежими новостями и тенденциями, чтобы подчеркнуть, что именно эта продукция актуальна.

Для увеличения продаж и реализации остатков коллекций, нужно проводить акции и предоставлять скидки. Это неплохой маркетинговый ход в целом. Он очень стимулирует и предрасполагает потенциальных клиентов к покупке. Для постоянных клиентов, в свою очередь, можно ввести систему поощрений на следующую покупку.

И, напоследок, можно использовать дополнительные интересные инструменты, для удобства пользования вашим ресурсом:

- Корзина товаров
- Калькулятор размеров
- Возможность создавать виртуальные комплекты
- Возможность резервирования товара, которого нет в наличии

Всячески покажите клиенту, что вы готовы о нем позаботиться, тогда вы на много пунктов вверх поднимете в рейтинге свой интернет-магазин. Обратная связь не заставит себя долго ждать.

Библиографический список

1. **Беляев В.И.** Маркетинг: основы теории и практики: учебник. М.: КНОРУС, 2005.
2. **Котлер Ф.**, Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. М.: Вильямс, 2001.
3. Основы экономики и управления производством: конспект лекций / Ю.И. Ребрин. Таганрог: изд-во ТРТУ, 2000.

*Парфенова О.В., студ.; рук. Т.Д. Раева, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ WEB-САЙТА

Сайт в наше время является одним из главных бизнес-инструментов, и от того, насколько эффективно он будет работать, напрямую зависит доход компании. Поэтому неудивительно, что бизнесменов часто интересуют вопросы полезности их сайта. Эффективно ли работает сайт? Не зря ли в него вкладываются деньги? Как вычислить пользу сайта? На сегодняшний день мало, кто сможет однозначно ответить на эти вопросы. Поэтому данную работу я посвятила исследованию вполне реальных параметров, по которым возможно просчитать эффективность работы сайта.

Первым видом метрик, которые я рассмотрю, являются бизнес-метрики. Люди, занимающиеся бизнесом в Интернете, будь то сфера электронной торговли (например, интернет-магазины), онлайн-издания, консалтинговые компании и т.д., хотят видеть результат продвижения в деньгах, и это весьма разумно. Для большинства коммерческих сайтов измерение прибыли - лучший показатель эффективности сайта, который и определяет успех онлайн-бизнеса. Рассмотрим несколько показателей, позволяющих оценить эффективность Web-сайта с финансовой точки зрения.

ROI (англ. Return on Investment) означает возврат (окупаемость) инвестиций. Другими словами, нужно рассчитать, сколько прибыли приносит данная статья расходов. В общем смысле ROI представляет собой отношение дохода, полученного после реализации продукции или услуг, к расходам по привлечению покупателей. Для продаж в сети показатель ROI рассчитывается следующим образом:

$$ROI = \frac{\text{Прибыль с продаж}}{\text{Затраты, связанные с привлечением клиентов}},$$

где прибыль с продаж – это выручка от реализации за минусом всех затрат, связанных с приобретением продукта и привлечением клиентов [1].

Конверсия позволяет определить, сколько клиентов (посетителей, совершивших необходимое для компании действие) приходится на 100 посетителей сайта. Для интернет-магазинов реальная конверсия составляет 1-3%, то есть всего 1-3 клиента на каждые 100 посетителей сайта, а для корпоративных сайтов этот показатель может быть даже ниже [4].

Но эффективность не каждого сайта можно измерить прибылью, продажами или обращениями. Большое значение также имеет **usability** сайта, то есть его удобство для пользователя. Для оценки usability применяются разные метрики, я рассмотрю наиболее важные.

Показатель отказов является одной из главных метрик в оценке эффективности сайта. Под отказом понимается посещение сайта с пребыванием на нем менее 15 секунд [2]. Благодаря сервисам Google Analytics и Яндекс.Метрика этот показатель легко отследить. Чем выше эта метрика, тем ниже эффективность сайта. Для корпоративного сайта нормальным считается показатель 30-40%, для сайта интернет-магазина показатель отказов в среднем достигает 20% [3]. Причины, по которым растет количество отказов, может быть две: неверно выбранная реклама или плохой дизайн сайта.

Время, проведенное на сайте. Узнать среднее время посещения сайта позволяют инструменты Webvisor, Google Analytics и AWStats [2]. Данный показатель является весьма спорной метрикой. С одной стороны, если время посещения сайта увеличивается, это хорошо, значит, люди смотрят

сайт, данный ресурс является интересным и полезным, уменьшается количество отказов. С другой стороны, если показатель превышен, значит, пользователи не могут ничего найти на этом сайте. Данная ситуация тоже является очень опасной и снижает лояльность пользователей к сайту. Чрезмерное повышение времени посещения может происходить, например, если на сайте слишком сложная навигация.

Пути посетителей по сайту. Данный критерий показывает насколько ожидаемые действия посетителя, закладываемые при разработке сайта, соответствуют действительности и приносят ожидаемый результат [2]. Наиболее правильный подход для анализа путей на сайте - это использовать сервис, дающий визуально оценить все маршруты каждого посетителя. Для примера можно привести сервис Яндекс.Метрика, который достаточно наглядно показывает общую динамику движения посетителей внутри сайта в виде статичной схемы. Также пути посетителей по сайту помогает отследить специализированный сервис Webvisor, который позволяет кроме обычной статистики просматривать видеозапись всех действий посетителей сайта - движений курсора мышки, переходов по страницам, скроллинга, заполнения форм. Анализируя поведение пользователей на конкретной странице, важно получить определенные закономерности:

- если данный посетитель выполнил задачу, поставленную сайтом (например, купил что-нибудь) - нужно зафиксировать, на чем он был сфокусирован, что помогло ему в принятии решения;
- если пользователь покинул страницу - понять, что было причиной отказа.

Страницы выхода. Анализируя точки выхода посетителей сайта, можно лучше понимать причины низкой конверсии и оптимизировать сайт таким образом, чтобы пользователи оставались на сайте и завершали цели, поставленные перед сайтом. Например, для интернет-магазина о проблемах в оформлении заказа могут свидетельствовать выходы со страниц регистрации, корзины и оформления заказа [3]. Это означает, что пользователи начинают оформлять покупку на сайте, но сталкиваются с проблемами и не завершают процесс заказа.

В эпоху расцвета социальных ресурсов для успешности сайта нельзя целиком и полностью ориентироваться только на инструменты, собирающие данные в автоматическом режиме. Важно выяснять, что нравится пользователям, как они отзываются о сайте, или, по крайней мере, как часто.

Для учета данных факторов используются SMO-метрики. SMO (англ. Social Media Optimization) - оптимизация сайта под социальные медиа (блоги, социальные сети и т.д.). Существует обилие SMO-метрик для оценки эффективности Web-сайтов, я рассмотрю лишь самые очевидные из них.

Социальные закладки на Delicious. Delicious - веб-сайт, бесплатно позволяющий зарегистрированным пользователям хранить и публиковать закладки на страницы Всемирной сети. Все посетители Delicious могут просматривать имеющиеся закладки, упорядочивая их по популярности и присваиваемым меткам (тегам). Сайт, имеющий сотни или тысячи закладок на Delicious, не может быть плохим. С другой стороны, у успешного сайта вполне может не быть ни одной закладки (например, для Рунета таковым ресурсом можно назвать metogi.ru [1]).

Твитты. Упоминание или рекомендации в твиттах на Твиттере – это, действительно, успех, поскольку здесь люди общаются со своими коллегами и почитателями и используют только те ссылки, которым действительно доверяют. TweetBeep поможет отследить упоминания вашего сайта или блога в твиттах путем получения сообщения по e-mail при каждом упоминании.

Число упоминаний на социальных ресурсах позволяет сделать более точный вывод о том, что ресурс хороший. Легко можно заметить, что страницы с популярными и хорошими материалами упоминаются почти на всех социальных ресурсах.

Количество ссылок по данным поиска Google по блогам. Основной поиск Google не показывает большинство ссылок на сайт, в то время как поиск Google по блогам более полезен в этом плане. Используя его, можно обнаружить ссылки с других блогов на сайт. Отследить этот параметр можно с помощью сервиса AideRSS [4].

Работе над сайтом необходимо посвятить немало времени, чтобы получить нечто действительно полезное и эффективное. И работа эта отнюдь не заканчивается с завершением разработки сайта. Каждый владелец сайта хочет повышать его продажи, увеличивать количество посетителей, конверсию сайта. Отслеживая ключевые показатели эффективности, рассмотренные в данной работе, владелец сайта сможет лучше понимать, как развивается его сайт, принимать решения о том, какие направления работы сайта требуют усилий и доработок.

Библиографический список

1. **Бабаев А.В.**, Евдокимов Н. Д. Раскрутка. Секреты эффективного продвижения сайтов. СПб.: Питер, 2013.
2. **Макаров Ю.** Измерение эффективности сайтов, не связанных с электронной коммерцией [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.seowind.ru/web-analitika/izmerenie-effektivnosti-sajtov-ne-svyazannyx-s-elektronnoj-kommerciej>.
3. **Хортон С.** Web-дизайн доступных сайтов или руководство по универсальному юзабилити. М.: НТ Пресс, 2012.
4. **Бессонов Д.** Оценка эффективности продвижения сайта [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mexboy.ru/?p=1620>.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

В современных условиях инвестиционная деятельность российского финансового рынка характеризуется недостаточной развитостью. Многие финансовые институты инвестиционной деятельности, такие как инвестиционные венчурные фонды, маркетинговые, кредитные и рейтинговые центры, фирмы по подготовке, планированию и оценке инвестиционных проектов находятся в стадии становления. Высокий уровень инфляции и значительный риск при долгосрочных инвестициях не позволяют банкам быть активными в этой области. В настоящее время, объемы банковских инвестиций существенно сократились, в основном – это краткосрочные кредиты.

Понятие «банковские инвестиции» может иметь разное толкование в зависимости от того, какое содержание вкладывается в термин «инвестиции». Инвестиции банка «в широком смысле» – это вложение денежных средств (собственных/привлеченных) по инициативе самого банка на определенный срок в целях получения прибыли от участия в деятельности других предприятий или дохода в виде процентов. Инвестиции банков «в узком смысле» – это вложения банка в ценные бумаги в целях диверсификации активов, получения дополнительного дохода и поддержания ликвидности баланса [2].

Основная цель управления банковскими инвестициями состоит в получении максимума дохода при небольшом уровне риска. Доход от инвестиционного портфеля складывается из:

- поступлений в форме процентного платежа;
- дохода от повышения капитальной стоимости бумаг;
- комиссии за оказание инвестиционных услуг – спрэд.

Инвестиционные операции банков – это операции по размещению реально привлеченных банком средств в различные источники.

Инвестиционные операции классифицируются по различным признакам, прежде всего по группам заемщиков:

- инвестиции в государственные ценные бумаги;
- инвестиции в коммерческие банки (межбанковские кредиты);
- инвестиции в промышленность и сельское хозяйство (коммерческие кредиты);
- инвестиции в корпоративные ценные бумаги.

Банки в качестве инвесторов можно разделить на следующие типы:

- консервативные инвесторы, заинтересованные в получении стабильного дохода в течении длительного времени;
- умеренно агрессивные инвесторы – в качестве основного приоритета выбирают величину дохода, без жестких рамок периода инвестирования;
- агрессивные инвесторы – главная цель высокая эффективность каждой операции на рынке;
- изощренные инвесторы – это профессионалы высокой квалификации, их деятельность на рынке уже не столько наука, сколько искусство диверсификации портфеля в результате различных финансовых операций;
- стратегические инвесторы – как правило, такие инвесторы не заинтересованы в получении дохода непосредственно на фондовом рынке для контроля над собственностью, чтобы получать доход от ее использования. Их задачей может быть и расширение сферы влияния, и приобретение контроля в перераспределении собственности.

Важнейшей составляющей инвестиционной деятельности банка является формирование и управление собственным портфелем ценных бумаг. У каждого банка существуют свои инвестиционные стратегии, которые зависят от возможностей самих банков [3].

В 2015-2016 годах банковский сектор ожидает глобальная «перестройка». Банки столкнутся с ростом запросов на реструктуризацию долгов со стороны крупных предприятий, в то время как многие розничные игроки уже ощутили ухудшение качества своих портфелей [1].

Проблемы банков при участии в инвестиционном процессе:

- низкое формирование рынка эффективных инвестиционных проектов. Предлагаемые инвестиционные проекты характеризуются недостаточной проработанностью. Банки вынуждены самостоятельно заниматься всем комплексом работ, сопряженных с проектным финансированием, а это говорит о дополнительных издержках, связанных с подготовкой и осуществлением инвестиционных проектов;
- высокие риски, связанные с финансированием инвестиционных проектов. В условиях повышенных рисков усиливается необходимость совершенствования деятельности банков по рациональному выбору проектов, способных принести реальную отдачу, то есть отсутствие эффективных методов оценки инвестиционных проектов. Для сокращения рисков важно уметь правильно оценить эффективность инвестиционного проекта, платежеспособность заемщика, участвовать в составлении бизнес-планов, это может способствовать снижению кредитных и инвестиционных рисков;
- непрозрачность финансовой информации о состоянии предприятий, и отсутствие у банков эффективных ценовых стратегий, реализация

которые позволяли бы банку формировать реальные цены на инвестиционные ресурсы.

Одним из эффективных путей решения проблем инвестиционного кредитования является создание финансово-промышленных групп, холдингов.

Степень риска может быть уменьшена за счет снижения инфляции, принятия четкого экономического законодательства, основанного на рыночных потенциалах. Тем самым сократится отток инвестиций за границу, который в настоящее время очень развит. Существенную роль в повышении эффективности действующей системы направления кредитных ресурсов в производство играет процентная политика коммерческих банков, которая должна быть построена таким образом, чтобы предоставление инвестиционных кредитов было выгодным и банку, и заемщику.

Таким образом, главная цель инвестиционной политики банка состоит в формировании инвестиционного портфеля, который представляет собой диверсифицированную совокупность вложений в различные виды активов. Портфель - собранные воедино различные инвестиционные ценности, служащие инструментом для достижения конкретной инвестиционной цели инвестора.

Библиографический список

1. Исследования: банковский сектор в 2015 году [Электронный ресурс]. URL: <http://raexpert.ru>
2. **Игонина Л.Л.** Инвестиции. М.: Экономист, 2009.
3. Банковское дело / под ред. Г.Н. Белоглазозой, Л.П. Кроливецкой. М.: ФинС, 2008.

*Песикина Д.А., студ.; рук. О.В. Макашина, д.э.н. проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИННОВАЦИОННАЯ СФЕРА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

В Ивановской области инновационный процесс охватывает все сферы и отрасли, а сами проекты, которые разрабатываются и внедряются в регионе, затрагивают всё большее число людей. Особую роль в разработке инновационных проектов в регионе играют региональные высшие учебные заведения – важнейшие партнёры в реализации программы экономического развития области, интеллектуальные центры Верхневолжья. Ивановские вузы не только сохраняют известные во всём мире российские традиции научных школ, но и готовят новые поколения учёных, ориентированных

на потребности инновационной экономики. Ивановская область занимает 31 место в РФ по числу студентов ВУЗов на 10 000 человек населения.

Правительство Ивановской области последовательно проводит политику формирования инновационной инфраструктуры в регионе. Осуществляется активное взаимодействие с Российским фондом фундаментальных исследований, Российским гуманитарным научным фондом, Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (фонд Бортника), ведущими ивановскими вузами и НИИ. Оказывается организационная, методическая и информационная поддержка разработчикам проектов и производственным организациям по их участию в федеральных, международных и иных конкурсах инновационных проектов, выставочных и презентационных мероприятиях.

Научно-технический потенциал региона представлен комплексом научных организаций региона: 18 высшими учебными заведениями, Институтом химии растворов Российской академии наук, НИИ материнства и детства им. В.Н. Городкова и инновационно-активными предприятиями, выпускающими продукцию мирового уровня на основе последних достижений науки и техники, в том числе и предприятиями малого бизнеса. Кроме этого, в настоящее время вузами региона осуществляется проработка вопросов создания самостоятельных хозяйствующих обществ на основе использования результатов интеллектуальной деятельности. Наибольших успехов в решении данного вопроса достигли Ивановский государственный энергетический университет им. В.И. Ленина и Ивановский государственный химико-технологический университет.

Инновационная инфраструктура Ивановской области:

- Индустриальные парки «Родники», «Кинешма», «Иваново-Вознесенск»;
- Бизнес-инкубатор при ИГЭУ;
- Учебно-научный центр по технологической и экологической безопасности в энергетике (УНЦ ТЭБЭ) при ИГЭУ;
- Учебно-научный центр тренажеров в энергетике при ИГЭУ;
- Центр по проектированию и повышению надежности электрооборудования при ИГЭУ;
- Кадастровый центр при ИГЭУ;
- Учебно-научный центр промышленной теплоэнергетики при ИГЭУ;
- Центр энергоэффективных технологий при ИГЭУ;
- Учебно-научный центр тепломассообмена при ИГЭУ;
- Центр трансфера технологий при ИГЭУ.

В соответствии со Стратегией социально-экономического развития Ивановской области до 2020 года инновационный сектор экономики является приоритетным. В связи с этим выделяют основные направления инновационной и научно-технической деятельности Ивановской области:

–разработка новых видов тканей на основе полиэфирных волокон и нетканых материалов (геотекстиль), в том числе на основе применения нанотехнологий;

–разработка новых видов красителей для тканей;

–разработка новых видов промышленных станков и оборудования;

–разработка новых видов специальной и строительной техники;

–разработка шумозащитных, вибропоглощающих, прокладочных, теплоизоляционных материалов;

–разработка проектов в области энергетики;

–разработка медицинского оборудования.

Основные цели научно-технической и инновационной политики региона:

1. Развитие и эффективное использование научного, научно-технического и образовательного потенциала Ивановской области для социально-экономического развития и повышения уровня жизни населения региона.

2. Создание эффективного механизма внедрения научных достижений и научно-технических разработок на предприятиях и в организациях различных отраслей народного хозяйства.

3. Привлечение инвестиций в научно-производственный комплекс для развития производства, расширения налогооблагаемой базы, решения социальных проблем.

4. Создание и развитие эффективно функционирующей инфраструктуры научной, научно-технической и инновационной деятельности, осуществляемой в интересах области, и системы управления этой деятельностью.

Инновационная политика Ивановской области реализуется, исходя из следующих принципов:

1. Признание науки социально значимой отраслью, определяющей уровень развития производительных сил Ивановской области.

2. Выбор и государственная поддержка приоритетных направлений научной, научно-технической и инновационной деятельности в Ивановской области и концентрация научно-технического потенциала, усилий и финансовых ресурсов на направлениях, обеспечивающих решение наиболее важных проблем устойчивого социально-экономического развития региона.

3. Обеспечение высокой социально-экономической эффективности расходования средств областного бюджета, направляемых на реализацию научно-технической и инновационной политики области.

4. Стимулирование широкого привлечения внебюджетных инвестиций в научно-техническое обеспечение социально-экономического развития области через систему налоговых и иных льгот.

5. Открытость и гласность информации о расходовании средств, выделяемых на научную, научно-техническую и инновационную деятельность.

При обеспечении комплексного подхода по реализации мероприятий развития инновационного комплекса можно добиться совокупности следующих эффектов инновационной деятельности:

–экономический и бюджетный эффекты (прирост объемов продаж, улучшение использования производственных мощностей и увеличение прибыли, сокращение сроков окупаемости инвестиций, дополнительные налоговые поступления в бюджеты всех уровней);

–научно-технический эффект (рост показателя вновь созданной интеллектуальной стоимости, повышение конкурентоспособности продукции и услуг, снижение ресурсопотребления);

–социальный эффект (прирост доходов населения, повышение степени удовлетворения их физиологических и культурных потребностей, улучшение условий труда и отдыха);

–экологический эффект (снижение отходов производства и выбросов в атмосферу, почву и воду, улучшение экологичности выпускаемой продукции).

Таким образом, инновационную сферу можно рассматривать как один из показателей экономической безопасности региона.

*Петрова Л.А., студ.; рук. Е.О. Грубов, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОСАГО

ОСАГО – это обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств перед третьими лицами. ОСАГО – наиболее распространенный вид обязательного страхования, оно является инструментом повышения общей культуры вождения в России. Основная проблема, с которой сталкиваются страховые компании – высокий уровень убыточности ОСАГО.

За 2014 год ОСАГО претерпело ряд изменений, основными из которых являются следующие [2].

1. Принято безальтернативное прямое возмещение убытков, предусматривающее возможность обращения потерпевшего за возмещением ущерба только в свою страховую компанию, которую он выбрал при покупке полиса ОСАГО, а не в компанию виновника ДТП.

Таблица 1[1] – Лидеры рынка ОСАГО по итогам 9 месяцев 2014 года

№	Название страховой компании	Сборы, тыс. руб.	Выплаты, тыс. руб.	Уровень убыточности, %
1	РОСГОССТРАХ	36 650 567	16 844 693	46
2	РЕСО-ГАРАНТИЯ	11 878 121	5 710 543	48
3	ВСК	5 860 585	3 770 325	64
4	ИНГОССТРАХ	5 384 063	3 711 065	68
5	СОГЛАСИЕ	4 868 722	3 369 571	69
6	АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ	3 837 208	3 198 793	83
7	УРАЛСИБ	3 082 432	2 177 882	71
8	МАКС	3 066 483	2 603 125	85
9	СОГАЗ	2 871 646	920 943	32
10	РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	1 928 843	1 428 116	74

2. Увеличен лимит выплат по Европротоколу с 25 000 до 50 000 руб. Оформить Европротокол можно при условиях, что в ДТП участвуют только 2 автомобиля, вред причинён только транспортным средствам участников ДТП, обстоятельства ДТП и повреждения не вызывают разногласий, оба участника ДТП заключили договоры ОСАГО после 02.08.2014.

3. В КоАП РФ внесены изменения, предусматривающие штрафы, накладываемые на сотрудников страховых компаний за необоснованный отказ в оформлении полиса ОСАГО или навязывание дополнительных страховых продуктов. Это связано с тем, что ОСАГО является убыточным видом страхования, и некоторые страховщики обманными способами отказываются от него.

4. При заключении договора ОСАГО является для страховщика обязательным запрашивать в автоматизированной информационной системе Российского союза автостраховщиков (АИС РСА) данные о значении коэффициента «бонус-малус» и прохождении технического осмотра. Ранее страхователи самостоятельно предоставляли страховщику эти данные, что является не совсем удобным.

5. Срок выплаты потерпевшему по полису ОСАГО сокращен до 20 календарных дней (исключая нерабочие праздничные дни), ранее этот срок составлял 30 дней.

6. Появилась возможность урегулирования убытка по ОСАГО путем получения направления на ремонт (при условии, что у СТОА есть действующий договор со страховой компанией). Потерпевший вправе выбрать станцию технического обслуживания из предложенного страховщиком перечня.

7. Введены пени за каждый день просрочки выплаты – 1% от суммы выплаты, а также штраф за каждый день просрочки мотивированного отказа – 0,05% от страховой суммы, и штраф в размере 50% от суммы занижения страховой выплаты.

8. Увеличен лимит выплат по ущербу причиненному имуществу со 120 000 до 400 000 рублей для каждого пострадавшего в ДТП вне зависимости от количества потерпевших.

9. Снижен максимальный порог износа, используемый при расчете страховой выплаты по ОСАГО, до 50%.

Оформление полисов ОСАГО доставляет страховщикам множество проблем: если страхователь страховался ранее в другой страховой компании, то увидеть его данные не представляется возможным; не все страховые компании заносят сведения об убытках в единую базу РСА; большинство ошибок в полисах возникает из-за воздействия человеческого фактора. Для решения этих проблем можно рекомендовать следующее.

1. Создать единую автоматизированную информационную систему, которая должна содержать страховую историю всех страхователей по всем страховым компаниям.

2. Создать единую автоматизированную информационную систему для страховщиков, которая должна содержать данные из ГИБДД о сериях и номерах водительских удостоверений, ПТС, СТС.

3. Разработать возможность применять полис ОСАГО в электронной версии.

Библиографический список

1. Рейтинг страховых компаний по ОСАГО в 2014 году [Электронный ресурс]. URL: http://www.inguru.ru/strahovanie_reitingi/rejting_strahovuh_kompanij_po_OSAGO_14
2. Изменения в ОСАГО в 2014-2015 годах [Электронный ресурс]. URL: <http://kaskometr.ru/izmeneniya-osago-2014.html>

*Подшивалова М.Е., студ.; рук. Н.В. Клочкова, д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

АУДИТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ СРЕДСТВ В ЦЕЛЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ СУБЪЕКТОВ РФ

В настоящее время важной особенностью экономического роста и развития является переход к непрерывному инновационному процессу, в котором ведущую роль должно играть государство. Инновационное развитие экономики базируется на широком использовании нововведений в различных областях социальной деятельности. Современный этап развития

экономики РФ характеризуется постановкой общенациональных социально-экономических задач, решение которых должно осуществляться на основе качественных преобразований и повышения эффективности деятельности государства, поэтому обозначилась потребность в активизации инструментов государственного воздействия на социально-экономические процессы. По итогам 2014 года такие субъекты РФ, как Москва, республика Татарстан и Санкт-Петербург лидируют по уровню инновационного развития (табл. 1).

Таблица 1 [6] – Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации 2014 (фрагмент)

Рейтинг	Регион	Индекс
1	Москва	0.5850
2	Республика Татарстан	0.5606
3	Санкт-Петербург	0.5382
...		
44	Ивановская область	0.3464
45	Сахалинская область	0.3464
...		
82	Республика Калмыкия	0.1715
83	Чеченская Республика	0.1563

Главной формой государственного финансового контроля в условиях инновационного развития экономики является аудит эффективности. В настоящее время он очень распространен среди большинства развитых зарубежных стран. Аудит эффективности, в первую очередь связан с бюджетированием, ориентированным на результат [3]. За рубежом уже накоплено достаточно опыта его осуществления, поэтому очевидно, что он является важным условием инновационного развития экономики. В табл. 2 представлен рейтинг стран мира по индексу инноваций 2014 года, лидерами которого стали Швейцария, Великобритания и Швеция.

В Германии вопросам проверки эффективности использования финансовых ресурсов уделяется внимание еще с XIX в., органы государственного контроля в Финляндии также считают такие вопросы важным аспектом своей деятельности. Аудит выполнения в Бельгии сосредоточен, прежде всего, на оценке эффективности управления, в Португалии показатели нового аудита сравнивают с показателями предыдущего, а не с установленными стандартами. Во Франции основное внимание обращается на заслуживающее доверие использование финансирования, что понимается достаточно широко — вплоть до разработки программных оценок как

средства выполнения задания и анализа прямого или косвенного эффекта реализованных государственных программ.

Таблица 2[7] – Рейтинг стран мира по индексу инноваций 2014 года (фрагмент)

Рейтинг	Страна	Индекс
1	Швейцария	64.8
2	Великобритания	62.4
3	Швеция	62.3
...		
13	Германия	56.0
...		
49	Россия	39.1
50	Греция	38.9
...		

Вышеназванные страны являются одними из ведущих по индексу инноваций. В России аудит эффективности ещё не достаточно широко применяется, поэтому до позиций лидеров по степени инновационности экономики нашей стране еще далеко.

Аудит эффективности включает в себя проверку аспектов, представленных на рис. 1.

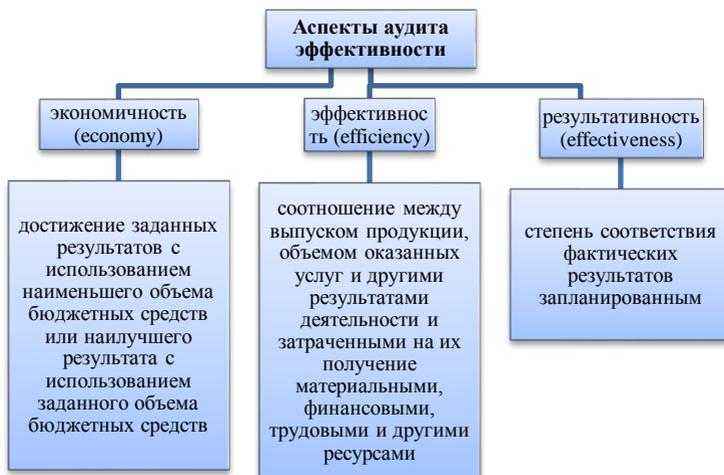


Рис. 1[3]. Аспекты аудита эффективности

Направлением аудита эффективности является проверка целесообразности расходования средств с учетом достигнутых при этом конкретных результатов. Что касается РФ, то основным видом государственного финансового контроля являются традиционные проверки, а бюджетный процесс основан на централизованном бюджетно-сметном планировании и жесткой регламентации расходов федерального бюджета. Бюджетный Кодекс РФ [1] обозначает результативность и экономность использования денег одним из принципов бюджетной системы. Существующая организация бюджетного процесса фактически не имеет механизмов реализации данного принципа, поэтому в последнее время стала появляться необходимость усиления контроля эффективности использования бюджетных средств [2].

Переход на новый вид финансового контроля – одна из наиболее актуальных задач, стоящих перед контрольно-счетными органами субъектов РФ. Счетная палата РФ уже начала планомерно переходить от традиционных проверок к аудиту эффективности использования бюджетных средств. Право Счетной палаты на осуществление проверки эффективности, с одной стороны, установлено в перечне задач, сформулированных в ст. 5 ФЗ от 05.04.2013 № 41-ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации», - организация и осуществление контроля за целевым и эффективным использованием средств федерального бюджета, бюджетов государственных внебюджетных фондов. Но, с другой стороны, в этом законе нет никаких норм проведения аудита эффективности, что является еще одним подтверждением несовершенства закононо-правовой базы РФ.

Необходимость проведения аудита эффективности можно рассмотреть на примере реализации госпрограммы создания технопарков в России. По уровню внедрения и производства инновационной продукции, а также по развитию инновационной инфраструктуры Россия пока сильно отстает от развитых стран мира. Между тем зарубежный опыт показывает, что технопарки могут стать той удобренной почвой или теплицей, где будет развиваться индустрия высоких технологий. Примеры тому - Индия, Китай, США, страны Европы. Там технопарки действуют уже не одно десятилетие.

Возвращаясь к России, еще 10 марта 2006 года Правительство РФ издало постановление об утверждении государственной программы «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий». Госпрограмма обещала немалое финансирование — около 77 млрд. руб. в период 2007–2010 гг. из разных источников, в том числе из федерального бюджета 10,3 млрд. руб. Предполагалось, что до 2010 г. будет создано около 10 технопарков, в частности в Московской, Нижегородской, Калужской, Кемеровской областях, Мордовии, Татарстане и Санкт-Петербурге. Но фактические расходы составили 4,7 млрд. руб. В 2009–2010 гг. федеральное финансирование было приостановлено [8].

Почему же поставленные цели не удалось достигнуть? В первую очередь, принятая госпрограмма, к сожалению, не содержала внятной бизнес-модели функционирования технопарков. Хотя и предполагалось постепенное внедрение рыночных механизмов управления и, в конечном счете, вывод их на самоокупаемость. Оценивать эффективность данной госпрограммы было довольно сложно. Кроме этого, обещания по реализации этой программы разошлись с действительностью, фактическое финансирование было практически в 15 раз меньше, чем было заявлено.

Используя аудит эффективности, госпрограмму по созданию технопарков можно было бы оценить по всем важным аспектам (экономичность, эффективность и результативность) своевременно. Но ввиду того, что эти аспекты не соотносились друг с другом, качественного выполнения поставленных целей в рамках этой инновационной госпрограммы не наблюдается.

В условиях непрерывных инноваций в общественной сфере и, в частности, в сфере государственного управления государственный финансовый контроль должен трансформироваться с тем, чтобы сохранить свою действенность. Иными словами, органы государственного контроля должны внедрять соответствующие требованиям времени инновации в целях поддержки инновационного развития экономики РФ. Этим характеристикам соответствует новое направление финансового контроля – аудит эффективности, который уже стал неотъемлемой частью системы государственного финансового контроля развитых зарубежных стран. Новая форма контроля включает не только анализ результативности бюджетных проектов, но и анализ причин неэффективного использования государственных средств и на основе этого разрабатывает рекомендации по совершенствованию бюджетного процесса и действующего законодательства, а также экономической политики государства, что актуально для развития экономики РФ по инновационному пути.

Библиографический список

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: [принят Гос. Думой РФ 17 июля 1998 г.: по состоянию на 26.04.2007 г.] // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1998. – № 31. – Ст. 3823.
2. **Васильева М.В.** Методы оценки эффективности использования государственных средств при проведении аудита эффективности // Экономический анализ: теория и практика. 2009. № 20.
3. **Грегченко А.А.** Государственный контроль на этапе инновационного развития экономики // Инновационность экономики России и процессы глобализации : материалы науч.-практ. Интер.- конф. (21 ноября - 23 декабря 2011, г. Москва) / РЭУ им. Г.В. Плеханова. Москва, 2011.
4. **Суганпова И.В.**, Алеева Е.Г. Аудит эффективности использования бюджетных средств в интересах стратегии социально-экономического развития РФ // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2010. №1.
5. <http://audit.gov.ru>

6. Исследование Высшей школы экономики: Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации 2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/news/2014/03/13/6628>
7. Исследование INSEAD: Глобальный индекс инноваций 2014 года [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/news/2014/07/18/6841>
8. Технопарки: в ожидании инновационного прорыва [Электронный ресурс]. URL: <http://www.crn.ru/numbers/reg-numbers/detail.php?ID=84105>

*Разоренов Г.В., маг.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ИНЖИНИРИНГА В РОССИИ

В условиях кризиса и санкций со стороны западных стран особенно возросла роль инжиниринговой деятельности в России, призванной стать драйвером экономического развития. Инжиниринг является довольно молодой сферой услуг, термин стал применяться 10 лет назад в период реформы РАО «ЕЭС России».

В Федеральном законе Российской Федерации от 31 декабря 2014 г. №488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации», вступающем в силу 30.06.2015 г. инжиниринговый центр определен как юридическое лицо, оказывающее инженерно-консультационные услуги по подготовке процесса производства и реализации продукции (работ, услуг), подготовке строительства и эксплуатации промышленных инфраструктурных и других объектов, предпроектные и проектные услуги.

Сегодня инжиниринговые компании – это наследники проектных институтов 50-70 гг. XX века. Из наиболее динамично развивающихся инжиниринговых компаний можно выделить: знаменитую Инжиниринговую компанию «Е4»; ООО «ЕвроСибЭнергоинжиниринг», «Атомэнергопроект», «Гидропресс»; ОАО "НИАЭП", «СПбАЭП», ИК «ЗИОМАР»; и другие [1].

Энергетическая отрасль, находится на втором месте по потреблению инжиниринговых услуг, после нефтегазового сектора.

Предложенная государством форма гарантированного возврата инвестиций – ДПИМ (договора о предоставлении мощности), обеспечила поток заказов для инжиниринговых компаний в предыдущие годы и обеспечила модернизацию энергетической отрасли.

На западе и у нас понятие инжиниринга трактуется по-разному. В России инжинирингом считается установка оборудования с пусконаладкой, на рынке США инжиниринг охватывает весь цикл проектирования и строительства. Споры о наполнении термина инжиниринг продолжаются и в настоящее время. В законодательном порядке этот вид деятельности еще

недостаточно оформлен, что порождает множество проблем, а сегодняшняя кризисная ситуация способствует их развитию и обострению.

Проанализируем основные проблемы инжиниринга в РФ.

1. После окончания ДПМ возникает неопределенность дальнейших перспектив энергокомпаний в плане реализации намеченных инвестпрограмм. Планы на новые ДПМ пока остаются планами и проходят обсуждения в правительстве. В результате в ближайшее два три года основной проблемой для инжиниринговых компаний, работающих в энергетической отрасли, станет снижение объемов строительства и генерации. Инжиниринговым компаниям придется искать рынки сбыта своей продукции.

2. Высокие ставки на кредиты.

3. Риски. В настоящее время колебания курса валюты и санкции создают существенные риски в связи с тем, что доля импортного оборудования по разным оценкам в поставках на российские энергообъекты составляет 50-70%. Например, начать строительство новых газовых электростанций в Крыму мешают санкции ЕС и США, запрещающие поставки энергооборудования на полуостров. Российские машиностроители не могут предложить конкурентных по эффективности газовых турбин средней и большой мощности [2].

4. Конкуренция со стороны зарубежных компаний. Освоение инновационных технологий активной идет в иностранных компаниях, которые сотрудничают с мировыми лидерами в данной области.

5. Дефицит кадров. Профессиональная подготовка не соответствует современным требованиям инжиниринга.

6. Слабый уровень автоматизации.

7. Нормативно-правовая база инжиниринга в России значительно отстает от мировых аналогов. Необходим пересмотр действующих стандартов в области инжиниринга, чтобы привести в соответствие национальные отраслевые стандарты и классификаторы с международными правилами.

Правительство и государственные институты настроены активно продвигать инжиниринг как центр экономического роста, а инжиниринговую деятельность ставить в основу промышленной политики.

Несмотря на все проблемы, отражающие трудности становления рынка инжиниринговых услуг, нельзя не отметить, что инжиниринг в энергетике закрепился достаточно прочно и оказался развит лучше, чем в других отраслях.

Библиографический список

1. <http://naecrussia.ru/>
2. <http://www.kommersant.ru/doc/2618357>

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИТОГИ ОЛИМПИАДЫ «СОЧИ-2014»

Олимпийские игры в России проводятся во второй раз: первые (летние) – в 1980 году в Москве, и Игры 2014 – в Сочи (зимние). В Олимпийских играх приняло участие 2800 спортсменов из 88 стран мира, в Паралимпийских – 575 спортсменов 45 стран мира, что говорит об огромных масштабах проведения этих игр [4].

Олимпиада «Сочи-2014» имеет позитивные, но и негативные последствия для экономики России. С одной стороны, такие опасения кажутся вполне обоснованными: стоимость Олимпиады в Сочи-2014, по оценкам на 2013 год, превысила расходы на все прежние Олимпиады, оказавшись больше плановой стоимости в 5 раз и поставив абсолютный «олимпийский рекорд» – 1,5 трлн рублей. И это притом, что в 2007 году, когда об Олимпиаде в Сочи только начинала идти речь, чиновники обещали потратить на подготовку к ней немногим более 300 млрд руб. [11]. Социально-экономический эффект же от реализации мероприятий по подготовке к Олимпиаде оценивался тогда в 341 млрд рублей (в ценах 2005 года) [11].

Расходы на подготовку к Олимпиаде-2014 в Сочи превысили бюджеты всех предыдущих зимних Игр и уже в 2010 году вплотную приблизились к 1 триллиону рублей (около 30 млрд. долл. США). При этом в 2007 году чиновники обещали потратить на подготовку к Олимпиаде всего 12 млрд.долл. США [бюджет Олимпиады в Сочи побил рекорд Ванкувера, 2010]. Таким образом, бюджет Олимпиады рос с каждым годом.

По другим оценкам, разница между первоначальным планом и реальным объемом затрат образовалась в результате сильной инфляции, вызванной финансовым кризисом, а также из-за дополнительных изысканий в связи с экологическими требованиями, сложным рельефом и необходимостью выкупать земельные участки под строительство у собственников по рыночной цене.

Общий объем финансирования Программы поначалу составлял 313,9 млрд. рублей, в том числе: за счет средств федерального бюджета - 185,8 млрд. рублей, за счет средств бюджета Краснодарского края и бюджета г. Сочи - 9,2 млрд. рублей, за счет средств внебюджетных источников - 118,8 млрд. рублей [Постановление Правительства РФ от 08.06.2006 №357...]. Социально-экономический эффект от реализации Программы оценивается в 341 млрд. рублей (в ценах 2005 года) [там же]. Согласно Программе, в 2006 году из Федерального бюджета выделяется 4,9 млрд. рублей, в 2007 — 15,9 млрд. рублей, в 2008 году — 31,6 млрд. рублей, в 2009 году — 27,3 млрд. рублей, в 2010 году — 22,2 млрд. рублей, в 2011 году — 27,1 млрд.

рублей, в 2012 году — 26,3 млрд. рублей, в 2013 году — 22,1 млрд. рублей, в 2014 году — 8,4 млрд. рублей [там же].

Направления расходования средств следующие:

- 31,6 млрд.руб. - строительство и реконструкция 15 олимпийских объектов общей вместимостью 191 тыс. чел.,

- 115,8 млрд.руб. – транспортная инфраструктура, в первую очередь автомобильно-железнодорожная ветка Адлер-Красная Поляна, стоимостью около 91 млрд.руб.,

- 9,8 млрд.руб. – инженерная инфраструктура,

- 15,1 млрд. руб. – инфраструктура связи,

- 48,8 млрд. руб. – строительство энергетических мощностей,

- 2,6 млрд. руб. – природоохранная деятельность,

- 50,8 млрд. руб. - строительство и реконструкция туристических объектов,

- 40,2 млрд. - мероприятия, связанные с реализацией Программы, подготовкой и проведением XXII зимних Олимпийских игр и XI Паралимпийских игр 2014 года (в т.ч. за счет Федерального бюджета: субсидии в бюджет оргкомитета Олимпийских игр – 9,1 млрд.руб, расходы на содержание дирекции Программы – 4,5 млрд.руб., имущественный взнос в ГК «Олимпстрой» - 0,5 млрд.руб.). [Постановление Правительства РФ от 08.06.2006 №357...]

Таким образом, отрицательными сторонами Олимпиады в Сочи являются:

1. Общие затраты на Олимпиаду выросли с 300 до 1526 млрд. руб, или почти в 5 раз;

2. Стоимость олимпийских объектов в среднем и без учета инфляции выросла за 2007-2012 гг. в 2,68 раз, или на 168%. В частности Главный стадион подорожал в 3 раза, трасса Адлер-Красная поляна – в 2,5 раза;

3. Относительная стоимость олимпийских объектов оказалась в разы выше по сравнению с аналогами за счет изъятия инсайдерской ренты;

4. Масштабы изъятия инсайдерской ренты можно оценить примерно в 30-60%, средняя оценка по всем рассмотренным олимпийским объектам составляет 54,2%;

5. Объем перерасхода по 7 объектам Олимпиады составляет примерно 1,82 млрд.\$. К этой цифре надо добавить 2,96 млрд.\$ перерасхода по строительству трассы от Адлера до Красной поляны;

6. Оценка общего объема перерасхода средств при реализации проекта Сочи-2014 составляет примерно 27,6 млрд.\$;

7. Масштабы и последствия изъятия ренты не могли не привести к заведению уголовных дел и различным проверкам, результаты которых подтверждают основные положения исследования;

8. К числу последствий инсайдерского контроля принадлежат: повышение рисков некупаемости и невостребованности олимпийских объ-

ектов после завершения Олимпиады, некачественное строительство и аварии, а также сверхобременение бюджета и налогоплательщиков;

9. Фактически основное бремя перерасхода и изъятия ренты инсайдерами ложиться на бюджет, то есть всех граждан России, которые вынуждены будут из своего кармана оплачивать эту гигантскую аферу.

10. Кроме того, к отрицательным сторонам Олимпиады в Сочи — это взлет цен на недвижимость, землю, аренду жилья в г.Сочи; значительное ухудшение экологической ситуации в городе и др. Одной из самых волнующих проблем Олимпиады является ее окупаемость. Однако всем известно, что такие события редко окупаются, и, как заметили британские ученые, «измерять нужно не только финансовые результаты, но и удовлетворенность жителей страны от проделанной работы, и гордость спортивные успехи. А они вполне могут компенсировать упомянутые миллиарды долларов».

Таким образом, положительными сторонами Олимпиады в Сочи являются:

1. Приток инвестиций. В настоящее время в Краснодарском крае реализуется 225 крупных инвестиционных проектов общей стоимостью свыше 941 млрд. руб. со сроками выполнения до 2025 года. Налоговые поступления во все уровни бюджета оцениваются в 60,1 млрд. руб.

2. Развитие инфраструктуры. Олимпийские игры всегда оказывают положительное влияние на инфраструктурную сеть принимающего региона — гостиницы, спортивные объекты, автомобильные и железные дороги. Зимняя олимпиада 2014 года не стала исключением: в 2013 году Краснодарский край занял второе место в стране по объему ввода недвижимости. Кроме того, в процессе подготовки к играм в Сочи построено около 350 км. новых дорог и мостов.

3. Рост занятости. За несколько лет в Сочи было создано 560 тыс. новых рабочих мест. В 2013 году в городе был зарегистрирован самый низкий уровень безработицы в России — всего 0,17 %.

4. Доходы от сувениров. Выпуск продукции с символикой сочинской Олимпиады стал самым масштабным за всю историю Олимпийских игр. Выпущено около 5 тыс. наименований сувениров — от спортивной одежды до монет, марок и даже товаров для домашних животных. Продажи мягких игрушек в виде талисманов игр — Леопарда, Белого мишки и Зайки — побив рекорды, превысили 3,6 млн. экземпляров. Общая выручка от олимпийской розницы, полученная компаниями-лицензиатами, составляет более 500 млн. долларов.

5. Особые надежды следует связывать с активным развитием зимних видов спорта в России. После проведения Олимпийских и Паралимпийских игр остается мощная, современная техническая база на уровне ведущих стран мира, которые в дальнейшем будут российскими спортсменами [5].

6. Эффект от прошедших Олимпийских игр еще предстоит оценить. А пока ясно одно — Россия провела самые дорогие в истории Олимпийские игры. Олимпиада будет использована как трамплин для развития экономики регионов.

Библиографический список

1. <http://news.rambler.ru>
2. <http://ria.ru>
3. <http://www.putin-itogi.ru>
4. <http://www.finmarket.ru>
5. <http://lf.rbc.ru/>
6. <http://stadium.ru>
7. <http://59chaikovsky.ru>
8. <http://www.pravda.ru>
9. <http://ofindan.livejournal.com>
10. Forbes – финансово-экономический журнал. Песков счел невозможной окупаемость Олимпиады в Сочи в ближайшие годы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.forbes.ru/news/250561-peskov-schel-nevozmozhnoi-okupaemost-olimpiady-v-sochi-v-blizhaishie-gody>
11. **Волюшинский Е.** Олимпийская мифология кризиса [Электронный ресурс]. URL: http://sferav.ru/Статьи/Олимпийская_мифология_кризиса/
12. **Немцов Б.Е.** На Олимпиаде украли 25-30 млрд долларов // Эхо Москвы. 11.02.2013 [Электронный ресурс]. URL: http://www.echo.msk.ru/blog/nemtsov_boris/1009664-echo/
13. Столица FM – экспертное радио. Олимпиада «Сочи-2014» негативно повлияет на экономику России. [Электронный ресурс]. URL: <http://stolica.fm/read/9195/>

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

КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА США КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Известно, что на современном этапе самые передовые страны мира для развития своей национальной экономики используют кластерный подход. Идея кластеризации экономики - это своего рода экономический феномен, который используется в качестве инструмента при борьбе с натиском глобальной конкуренции, и, кроме того, позволяет отвечать самым высоким требованиям национального и регионального развития.

Майкл Портер дает следующее определение понятию «кластер»: кластер - это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартиза-

ции, а также торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу [3].

На протяжении уже примерно двух десятилетий процесс кластеризации экономики протекает довольно активно. Как результат, практически 50 % ведущих стран мира в процессе развития национальной экономики использует кластерный подход. Это и Великобритания, и Франция, и Германия, и Италия, и Финляндия, и Дания, и многие другие. Более того, процесс формирования кластеров активно протекает и в Азиатских странах, которые ранее не принимали данной инновации.

Кластерный подход как элемент повышения конкурентоспособности становится основой стратегии развития экономики подавляющего большинства стран. Таким образом, сильные кластеры представляют собой "локомотив", который тянет конкурентоспособность страны вперед. Однако не мало важную роль в этом процессе играет и то, как правительство страны, кластеры и научно-образовательные учреждения взаимодействуют друг с другом. В этом вопросе большинство экспертов придерживаются подхода К. Кетелса. Во-первых, кластеры сами отбирают своих участников и приоритеты развития. Государство не должно вмешиваться в этот процесс. Во-вторых, государство может создавать кластеры и, соответственно, финансировать их. В-третьих, оно должно быть готовым поддерживать, участвовать и выполнять рекомендации кластера.

Кристиан Кетелс, директор TCI Network, заместитель директора Института стратегии и конкурентоспособности, Гарвардской школы бизнеса в своем выступлении на VIII Самарском межрегиональном экономическом форуме отметил ряд особенностей кластерной политики США:

1. Для развития бизнеса создана так называемая карта, в которой указана специализация каждого региона. Посмотреть ее может любая компания или представитель власти.

2. Правительство развивает и поддерживает сотрудничество между различными кластерами, постоянно устраивая встречи, где представители компаний выступают со своими программами и предложениями. Встречи носят соревновательный характер.

3. Сотрудничество между компаниями-представителями отдельных кластеров и образованием организовано через специальные институты.

Несмотря на то, что кластерный подход широко и успешно применяется в США уже несколько десятилетий, единая модель кластера, сочетающая точный набор его характеристик, до сих пор не выработана.

По данным исследований Regional Research Institute в настоящее время в США сформировано более 350 кластеров, которые производят около 60% ВВП страны и на долю которых приходится более 78% экспорта. Данные об основных инновационных и промышленных кластерах США приведены в табл/ 1.

Таблица 1 – Основные отраслевые направления кластеризации экономики США

Отраслевые направления	Регион
Компьютерные технологии	Кремниевая долина (штат Калифорния) Нью-Йорк (штат Нью-Йорк) Вашингтон (округ Колумбия) Бостон (штат Массачусетс) Даллас (штат Техас)
Фармацевтика и производство медицинского оборудования	Минеаполис (штат Миннесота) Джексонвиль, Орlando, Питсбург (штат Флорида) Сан-Диего (штат Калифорния) штаты Нью-Йорк, Нью-Джерси и Висконси
Космические технологии и телекоммуникации	Сиэтл, Такома, Олимпия (штат Вашингтон) Феникс (штат Аризона) Бостон (штат Массачусетс) Остин, Даллас (штат Техас)
Энергоэффективность и ресурсосбережение Технологии "чистой" энергетики	Дентон, Хьюстон, Сан-Антонио, Вако (штат Техас) Гейнесвилл (штат Флорида) Питсбург, Акрон, Кливленд (штаты Огайо и Пенсильвания)
Биотехнологии и современная химия	Канзас-Сити (штат Канзас) Бостон (штат Массачусетс)
Ядерные технологии	Окридж (штат Теннесси)

Как видно из табл. 1, направление "компьютерные технологии" представлено целым рядом городов(штатов). Однако ведущим кластером среди них является, конечно же, Silicon Valey, больше известная как "Кремниевая долина". "Долина" представляет собой скопление большого количества крупнейших компаний, занимающихся разработкой и производством программного обеспечения, микропроцессоров, высокопроизводительных компьютерных систем, устройств мобильной связи и другой продукции передовых IT-технологий. Adobe Systems, Intel, Advanced Micro Devices, Symantec, Cisco Systems, Oracle Corporation, Apple Inc., SanDisk - это наиболее крупные представители данного направления.

По данным рейтинга "РИА Рейтинг", составленного на основе данных статистики Всемирного банка и United Nations Commodity Trade Statistics за 2012 год, США занимает 4 место в мире по экспорту фармацевтической продукции. При этом по проценту затрат на НИОКР от доходов американская фармацевтическая компания Pfizer занимает первое место в рейтинге

(35%). Не менее известной компанией является Johnson&Johnson, ведущая свою деятельность в штате Нью-Джерси. Более того, среди 50-ти крупнейших мировых фармацевтических компаний 18 являются американскими. Именно поэтому, США, не смотря ни на что, играет важную роль на мировом рынке фармацевтики.

Аэрокосмический кластер в США представлен такими известными по всему миру компаниями как The Boeing Company, Aerospace Industrial, Aasco Avionics, FL Aerospace, расположенными в штате Вашингтон. Второй основной аэрокосмический кластер представлен компаниями Lockheed Martin Corporation, Honeywell International, Inc., Space Manufacturing, Inc, расположенными в Фениксе штата Аризона. Финансирование НИОКР в аэрокосмической отрасли на 3/4 осуществляется из федерального бюджета (НАСА) и на 1/4 собственными средствами компаний, работающих в данной отрасли.

Ядерный кластер сконцентрирован в г.Окридж штата Теннесси. В 2010 году Министерство энергетики США приступило к созданию "инновационного хаба" в г. Окридж штата Теннесси. Процесс был завершен в 2011 году. Данный хаб позволяет осуществлять моделирование поведения ядерных реакторов в различных условиях (в т.ч. нештатных). Крупнейшими компаниями, принимающими участие в работе хаба, а также разрабатывающими и производящими оборудование для атомных электростанций, являются General Electric и Westinghouse Electric.

Таким образом, опыт США в проведении кластерной политики - яркий пример эффективного применения кластерного механизма повышения конкурентоспособности. Кроме того, необходимо отметить правильность выстраивания взаимоотношений между органами государственной власти, бизнесом и научно-образовательными учреждениями, которые координирует усилия и способствуют повышению эффективности работы.

Библиографический список

1. **Ленчук Е.Б.**, Власкин Г.А.:Кластерный подход стратегии инновационного развития зарубежных стран [Текст]:статья при поддержке Российского гуманитарного научного фонда: Е.Б Ленчук :Проект № 09-02-0054а/У
2. **Мальцева С.В.** Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата. М. : Издательство Юрайт, 2014.
3. **Портрет М.** Конкуренция. М.: Изд. дом «Вильямс», 2006.
4. Рейтинг стран-экспортеров фармацевтики [Электронный ресурс]. Режим доступа:http://www.riarating.ru/countries_rankings/20130718/61075390.html
5. VIII Самарский межрегиональный экономический форум "Кластерная политика-основа инновационного развития национальной экономики. Пленарная сессия: Современная кластерная политика в России и мире.

УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ТЕКСТИЛЬНОГО БИЗНЕСА В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Ивановская область является индустриальным регионом с высокоразвитой промышленностью, основу которой составляют предприятия обрабатывающих отраслей, таких как текстильная, машиностроительная, химическая, деревообрабатывающая, а также предприятия электроэнергетики и промышленности строительных материалов.

Основной отраслью промышленности Ивановской области была и остаётся текстильная. В Ивановской области сосредоточено 2/3 российских производственных мощностей по выпуску хлопчатобумажных тканей. В текстильной промышленности области занято более 30 тысяч человек, на её долю приходится 25% отгруженной продукции промышленных предприятий. С деятельностью предприятий легкой промышленности связана жизнь около 1/10 части населения Ивановской области [1].

В текстильном производстве Ивановской области участвуют около 40 крупных и средних предприятий, которые вырабатывают хлопчатобумажную пряжу, суровые и готовые хлопчатобумажные ткани: миткалевой, ситцевой, бязевой, полотенечной и марлевой групп, а также ткани для спецодежды, технические, гобеленовые, мебельно-декоративные и жаккардовые ткани. Ткани ивановских текстильщиков пользуются большой популярностью не только в России, но и за рубежом.

В настоящее время текстильное производство региона сконцентрировано на предприятиях, объединенных в холдинги, финансово-промышленные группы, ассоциации, где обеспечена технологическая цепочка от сырья до сбыта готовой продукции. Крупнейшими участниками текстильного рынка являются: ОАО ХБК «Шуйские ситцы», ООО «Ассоциация предприятий «ТДЛ», ОАО «Ивановское текстильное объединение», ООО «Родники-текстиль», ЗАО «Кинешемская ПТФ», ООО «Тейковская текстильная компания». Основная масса крупных и средних текстильных предприятий региона и некоторые предприятия легкой промышленности соседних областей технологически связаны с деятельностью указанных промышленных групп и крупных корпораций.

В Стратегии социально-экономического развития Ивановской области до 2020 года выделяются приоритетные направления экономического развития региона:

- текстильно-промышленный кластер и машиностроительный производственный комплекс;
- научно-исследовательский и инновационный сектор экономики;
- агропромышленный комплекс;

- инфраструктура;
- туристическая сфера;
- социальная сфера.

В настоящее время политика, проводимая региональным правительством, направлена на сохранение и развитие потенциала текстильной отрасли Ивановской области, основой которого является текстильно-промышленный кластер. На сегодняшний день разработан бизнес-план комплексного инвестиционного проекта «Модернизация действующих текстильных производств Ивановской области». Данный проект является первым этапом реализации стратегического направления развития текстильного кластера Ивановской области [2].

В проект модернизации текстильного комплекса Ивановской области к настоящему моменту включено пять предприятий: ОАО «Ивановское текстильное объединение», ОАО ХБК «Шуйские ситцы», ЗАО «Кинешемская ПТФ», ЗАО ПГ «Роско», ЗАО «ПК «Нордтекс». Общая инвестиционная ёмкость пилотного проекта оценивается около 9 млрд руб.

Одной из ключевых задач регионального правительства на сегодняшний день является обеспечение защиты внутреннего рынка текстиля и максимальное замещение импорта продукцией российских текстильщиков. Для решения этой задачи активизирована деятельность предприятий по участию в конкурсных торгах на закупку продукции для государственных и муниципальных нужд, что способствует продвижению продукции ивановских производителей на российских рынках.

В обеспечении сбыта производимой в регионе текстильной и швейной продукции сыграл ключевую роль оптово-логистический комплекс «Текстиль-Профи». Сегодня открыты ещё два таких центра: «Рио» и «Текстиль МАКС». Их цель – стимулирование текстильных предприятий к наращиванию производства. Большое внимание к ивановским производителям текстиля привлекает международный текстильно-промышленный форум «Золотое кольцо».

Рост индекса промышленного производства в текстиле составил 94,1% в 2004 году, а в 2007-м – 119,7%. Многие региональные предприятия модернизировали своё производство: «Шуйские ситцы», «Кинешемская прядильно-ткацкая фабрика», а также запустили новые современные производственные линии.

В 2007 году Правительство Ивановской области вышло с инициативой создания на территории региона текстильно промышленного кластера, ориентированного на выпуск продукции с использованием химических волокон и нитей. В 2010 году была создана Ассоциация предпринимателей текстильной и швейной промышленности Ивановской области, обеспечивающая взаимодействие между текстильным бизнесом и органами государственной власти.

В 2011 году в целях координации работ по реализации проекта строительства комбината по производству синтетического волокна на территории Ивановской области учреждено открытое акционерное общество «Кластерная текстильная корпорация «Иврегионсинтез» (ОАО «КТК «Иврегионсинтез»), 100% акций которого принадлежит Ивановской области.

Основными участниками стали: ОАО «ХБК «Шуйские ситцы», ОАО «Ивановское текстильное объединение», Корпорация «Нордтекс», Промышленная группа «Роско», Ассоциация «TDL», ЗАО «Кинешемская ПТФ», Институт химии растворов РАН, ГБОУ ВПО «Ивановская государственная текстильная академия», ГБОУ ВПО «Ивановский государственный химико-технологический университет». Основные партнеры: ООО «Ивтехномаш», ОТК «ТекстильПрофи-Иваново», ТТК «Текстиль-Макс», ОРТК «РИО», Центр текстильного дизайна Ивановской области. Якорный резидент текстильно-промышленного кластера Ивановской области – проектирующий комплекс ПЭТФ (управляющая компания проекта – ОАО «Кластерная текстильная корпорация «Иврегионсинтез»).

Проектом предполагается производство расплава ПЭТФ с последующим прямым производством текстильных филаментных нитей и шпательного волокна.

Мировое производство текстильной продукции все больше ориентируется на синтетическое волокно. С чем это связано?

1). Преимущества синтетического волокна, связанные с его способностью адаптировать показатели качества продукции под требования последующего процесса переработки и модной индустрии;

2). Прирост населения, а также повышение благосостояния населения по всему миру приводят к увеличению потребности в текстильной продукции на душу населения, которую нельзя удовлетворить производством натурального волокна;

3). Производство натурального волокна нуждается в тех же ресурсах (земля, вода), которые необходимы для производства пищевых продуктов для растущего населения;

4). Новые модные направления основаны, как правило, на использовании материалов из синтетического волокна и нитей;

5). Глобальная переориентация текстильной промышленности в отношении технического текстиля, который представляет собой наиболее быстро растущий сегмент от общего объема использования текстильной продукции, который увеличивается приблизительно в два раза по сравнению с объемом текстиля для производства одежды, прирост которого составил около 4-6% за прошлые годы.

Основная идея данного кластера состоит из трех основных направлений:

- 1). Строительство завода полимеризации ПЭТФ;
- 2). Строительство завода по производству шпательного волокна ПЭТФ (установка прямого производства);

3). Развитие инфраструктуры кластера и территории его базирования.

Стратегическая программа развития состоит из трех этапов. Первый этап подразумевает организацию производства полиэфирного волокна и нити, создание условий для перехода к выпуску продукции из химического волокна, освоение нового ассортимента продукции. Второй этап состоит в переходе к выпуску инновационной продукции и увеличении экспорта продукции, изготовленной на основе использования полиэфирного волокна и нити. На третьем (заключительном) этапе будет построена вторая очередь комбината по производству ПЭТФ и будут реализованы инвестиционные проекты по конечной переработке ПЭТФ и изготовлению новой текстильной продукции.

Стратегическими приоритетами развития кластера следует считать ключевые схемы технологической платформы «Глубокая переработка углеводородных ресурсов».

Инвестиционная емкость проекта кластера составляет более 20 млрд. рублей, в том числе – более 10 млрд. рублей на реализацию проекта комбината синтетического волокна. Реализация проекта такого масштаба возможна лишь при поддержке со стороны Правительства РФ. [3]

Социально-экономический эффект от создания данного кластера можно оценить в двух направлениях. Направление первое – количество создаваемых рабочих мест. В краткосрочной перспективе составит 720 высокопроизводительных мест, а в среднесрочной – свыше 2500 мест. Направление второе – производительность труда на вновь создаваемых рабочих местах. В краткосрочной перспективе составит не менее 1,3 млн. рублей на человека, в среднесрочной – не менее 3 млн. рублей на человека.

Данный проект реализуется в соответствии со Стратегией развития легкой промышленности России на период до 2020 года, разработанной в соответствии с поручением Президента Российской Федерации от 2 июня 2008 года № ВП-п9-4244 и утвержденной Приказом Министерства промышленности и торговли Российской Федерации № 853 от 24.09.2009 года [4].

Библиографический список

1. <http://council.gov.ru/>
2. <http://www.profrussia.ru/>
3. Стратегия социально-экономического развития Ивановской области.
4. Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2020 года.

ТЕНДЕНЦИИ К ОБЪЕДИНЕНИЮ КРУПНЕЙШИХ ФОНДОВЫХ БИРЖ. НОВЫЕ БИРЖИ

В период современной финансовой глобализации создаются новые условия для развития фондовых бирж, что вызвано усилившейся конкуренцией, изменением национального финансового законодательства, протекающими технологическими изменениями на фондовых рынках и стиранием границ национальных финансовых рынков. Поэтому за последние годы наблюдаются существенные изменения в структуре фондовых бирж, а именно растущая тенденция к их ускоренному объединению. Это вызвано, прежде всего, тем, что объединение фондовых бирж способствует снижению издержек, концентрации ликвидности, ограничению конкуренции, а также усовершенствованию инфраструктуры за счет объединения ресурсов.

В настоящее время в мире насчитывается около 20 лидирующих биржевых площадок. Крупнейшие фондовые биржи функционируют в США, Европе и других странах. Так, в европейских странах действуют Итальянская фондовая биржа, Швейцарская биржа SWX, Немецкая фондовая биржа, Фондовая биржа Йоханнесбурга, Мадридская фондовая биржа, а крупнейшими азиатскими биржами являются Токийская, Гонконгская и Шанхайская фондовые биржи.

Образование новых фондовых бирж может происходить как за счет объединения на национальном уровне, так и за счет выхода на рынки других стран. Выход за пределы национального уровня возможен через слияние фондовых бирж, их сотрудничество или образование собственной торговой площадки за границей.

Примером слияния национальных фондовых бирж является крупнейшая биржа Европы Euronext, созданная в 2000 г. и объединившая рынки Бельгии, Нидерландов, Франции, Португалии (2002 г.). Первоначально была образована биржа EURONEXT NV, объединившая клиринговую, торговую и расчетную системы срочных, фондовых и товарных рынков бирж Нидерландов, Бельгии и Франции. Выпуск единой валюты «евро» помогло Euronext, преобразовавшей рынки в единую систему и полностью объединившей своих членов, в результате стать первой в мире интернациональной биржей. [1]

На фондовом рынке Северной Европы процессы слияния бирж начались с образования альянса Norex в 1998 г. Альянс предполагает тесную интеграцию, а именно общие правила торгов и членства. Norex был создан путем объединения фондовых бирж Стокгольма и Копенгагена, к которым затем присоединились скандинавские биржи и биржи стран Балтии. Таким

образом, в Северной Европе в результате процессов слияний был создан холдинг OMX, объединяющий в настоящее время рынки Риги, Стокгольма, Копенгагена, Хельсинки, Рейкьявика, Вильнюса и Таллинна. Фондовая биржа Осло, также как и некоторые другие члены альянса Norex, ведет свои торги на OMX - SAXESS, хотя не входит в группу OMX. Холдинг OMX контролирует примерно 80% рынка ценных бумаг стран Балтии и Северной Европы.

До 2006 г. межконтинентальные объединения фондовых бирж были единичными случаями и не могли конкурировать с национальными биржами. Однако в 2006 г. фондовая биржа США NASDAQ попыталась приобрести Лондонскую фондовую биржу через поглощение. NASDAQ получила 28,75% пакета акций британской фондовой биржи, но в результате так и не достигла своей цели. [1]

Однако на попытки NASDAQ поглотить Лондонскую фондовую биржу отреагировала Нью-Йоркская фондовая биржа NYSE, занимающая важную часть истории США. NYSE усовершенствовала систему аукционной торговли и создала платформу Direct+, позволяющую обрабатывать около 10% всех рыночных ордеров. Так, в 2007 г. фондовая биржа NYSE договорилась о слиянии с Euronext в трансатлантический союз NYSEEuronext, получивший теперь возможность продавать фьючерсы, акции и цветные металлы на двух континентах.

В 2000 г. была создана англо-германская биржа iX через слияние Немецкой и Лондонской фондовых бирж. Изначально Немецкая биржа пошла по пути создания электронной платформы для объединения различных бирж, и сейчас около 18 торговых бирж используют эту платформу. Холдинг Немецкой биржи не только имеет торговую платформу, но и включает информационные и клиринговые компании. Также вместе со Швейцарской фондовой биржей он создал биржу Eurex по торговле производными финансовыми инструментами.

Кроме поглощения и слияния, биржи могут использовать такую форму сотрудничества, как стратегический альянс. Так, стратегический альянс заключили NYSE и Токийская фондовая биржа. Их сотрудничество направлено, прежде всего, на создание торговых систем, информационных продуктов и на одновременное размещение ценных бумаг.[1]

Началом процесса объединения фондовых биржевых структур на российском рынке можно считать создание совместного рынка биржей ММББ и РТС в 2011 г. Объединение двух фондовых площадок является важным шагом к созданию в Москве международного финансового центра, который можно было бы сопоставить с мировыми площадками по объему биржевого оборота, качеству и стандартам обслуживания. Новая торговая площадка будет способствовать снижению издержек акционеров по привлечению капитала и увеличению притока инвестиционного капитала, а также поможет создать системы торгов, отвечающие зарубежным

стандартам. Слияние ММВБ и РТС повысит управляемость объединенной биржей и позволит руководству сосредоточиться на глобальных проектах. [2]

Таким образом, объединение крупнейших фондовых бирж может происходить путем их слияния, поглощения или образования различных альянсов. В настоящее время тенденция к объединению является доминирующей и способствует ограничению конкуренции, привлечению новых клиентов и созданию новых технологий торговли. В результате изменяется структура мирового финансового рынка, и создаются условия для создания глобальных биржевых центров.

Библиографический список

1. **Авакян А.А.** Консолидация фондовых бирж - современная тенденция глобализации мирового финансового рынка // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). 2010. №2. С.73-79;
2. Объединение (слияние) бирж ММВБ и РТС. М., 2011.

*Торцев М.М., студ.; рук. Т.Д. Раева, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРИМЕР РАСЧЕТА ЦЕНЫ НА ПРОГРАММНЫЙ ПРОДУКТ

В современной практике ценообразования методы расчета цен можно подразделить на следующие основные группы, в зависимости, от того, на что ориентируется продавец товара:

- на издержки производства — затратные методы;
- на конъюнктуру рынка — рыночные методы;
- на нормативы затрат на технико-экономический параметр продукции — параметрические методы.

Суть затратного метода сводится к тому, что цена образуется исходя из затрат продавца на производство и реализацию товара. Затратный метод применяется в случаях, когда нет возможности применить отсутствует информация о ценах товара и покупатель сделки не является перепродавцом.

Рыночные методы, прежде всего, ориентированы на сложившийся уровень спроса на товар, на эластичность спроса и также на ценностное восприятие потребителем их продукции. Методы используются в рамках активной стратегии ценообразования, ориентированной на определенную комбинацию цены и качества товара.

Параметрические методы используются предприятиями при расширении производства за счет выпуска новой, ещё не освоенной предприятием, продукции. При этом старая продукция продолжает выпускаться.

Так, как я собираюсь рассчитать цену для ПО, то лучше будет воспользоваться затратным методом ценообразования. Данный метод широко применяется при разработке программ на заказ. Скорее всего, программа не будет продаваться партиями, так как конкретному предприятию понадобится, скорее всего, не само приложение, а целая автоматизированная система, которая будет включать веб-камеру, монитор, программный модуль, драйверы и т.д.

По данному методу цена формируется на базе экономически обоснованной себестоимости разработки программного продукта и прибыли.

Рассчитаем себестоимость программы контроля доступа. В неё входят следующие элементы:

1. Материальные затраты
2. Оплата труда
3. Отчисления на социальные нужды
4. Амортизация
5. Прочие затраты

Рассчитаем сначала материальные затраты. Обычно материальные затраты не являются основными затратами при разработке программных продуктов. В нашем случае материальные затраты включали затраты на бумагу, затраты на разработку интерфейса и затраты на электроэнергию на технологические цели. Все выше перечисленное составило 720 руб.

Далее произведём расчёт оплаты труда. Над приложением работал 1 программист, зарплата которого 35000 руб. в месяц. Известно, что на разработку программного продукта им было потрачено 50 час. при условии 8-часового рабочего дня. Таким образом, затраты на оплату труда составят 10500 руб. Отчисления на социальные нужды составляют 30,2 % от фонда оплаты труда и равны 3171 руб.

Амортизация включает сумму амортизационных отчислений основных средств, исчисленную, исходя из их балансовой стоимости и утверждённых норм. При разработке программы использовался один компьютер стоимостью 25 тыс. руб. Нормативный срок службы компьютера – 3 года. Норма амортизации – 33 %. Годовой фонд рабочего времени компьютера из расчета 8-часового рабочего дня составляет 2112 час. Таким образом, сумма амортизации компьютера будет равна 195 руб.

Предположим, что прочие затраты составляют 20 % от первых четырёх составляющих себестоимости программного продукта, т.е. 2955 руб.

Наконец, рассчитаем себестоимость, она составит 17503 руб.

При расчете прибыли будем исходить из того, что намеченный уровень рентабельности составляет 40%. Тогда, прибыль составит 7092 руб. Теперь можно рассчитать цену программы контроля доступа, она составит 24504 руб. С учетом НДС получаем 28913 руб. На первый взгляд кажется, что для такой серьёзной программы цена относительно небольшая, однако, как было сказано выше, рассчитанная нами цифра относится к программ-

ному модулю, а не ко всей системе целиком. Также алгоритмы, используемые при написании программы, имеют среднюю сложность. Поэтому можно считать, что цена для данной программы вполне оправдана.

Библиографический список

1. Голубицкая Е.А. Экономика связи. М., 2006.
2. Багова Т.Н., Васюхин О.В., Павлова Е.А., Сажнева Л.П. Экономика промышленного предприятия: учебное пособие. СПб.: СПбГУ ИТМО, 2009.

*Торцев М.М., студ.; рук. Т.Д. Раева, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Ни для кого не секрет, что информационные технологии постоянно развиваются и совершенствуются. А такое направление как мобильные приложения на сегодняшний день является наиболее популярным и занимает лидирующее положение. И хотя рынок мобильных приложений (App Store) был сформирован в 2008 г., на текущий момент он продолжает расти и развиваться. Чтобы узнать перспективу роста рынка мобильных приложений в будущем, обратимся к исследованиям ведущего консалтингового агентства J'son & Partners Consulting. Они утверждают, что рынок мобильных приложений в мире к 2016 г. по сравнению с 2012 г. увеличится в 9,5 раз (рынок за 2012 г. - 7,83 млрд. долларов, рынок за 2016 г. - 65,79 млрд долларов) [2]. Из исследований видно, что рынок не перестанет развиваться. Это связано с привязанностью пользователей планшетов и смартфонов к сети Internet. По статистике, 50% пользователей хотя бы раз в день заходят в Интернет, чтобы посмотреть новости, поиграть, пообщаться. Аналитики утверждают, что 40% пользователей мобильного Интернета скорее откажутся от телевизора, чем от смартфона.

Также было отмечено, что количество загрузок приложений играет значительную роль в продаже мобильных приложений. Таким образом в 2012 г. в мире уровень загрузок достиг уровня в 60,1 млрд, что значительно превышает уровень 2011 г., в котором количество загрузок равнялось 29,5 млрд. Согласно прогнозу Berg Insight, рост загрузок продолжится и к 2017 г. достигнет 108 млрд за год [6].

В сегменте прямых доходов (который включает в себя доходы от платных приложений, продажи внутри приложений и доходы от сервисов подписки), по оценке Berg Insight объем рынка мобильных приложений составил в 2012 г. 5,1 млрд евро. Для сравнения показатели этого сегмента в 2011 году составляли 3 млрд евро. Прогнозируется, что прямые доходы

будут расти со среднегодовым темпом порядка 15,8% и в 2017 г. будет равен 10,6 млрд евро [5].

Лидером в этом сегменте по итогам 2012 г. является Apple App Store. В 2012 году объемы доходов у Apple App Store составили 3,45 млрд евро. По прогнозам в 2017 г. его объемы доходов составят порядка 5,2 млрд евро [5].

Магазин приложений Google Play является вторым по величине «App Store» с точки зрения объемов дохода в сегменте прямых доходов. Результаты Google Play в 2012 г. - 900 млн евро в рассматриваемом сегменте. В дальнейшем предполагается увеличение объема доходов почти до 2,5 млрд евро в 2017 г. [5].

Что касается такого участка рынка как реклама, то отмечается, что в 2012 г. общемировые объемы доходов от рекламы в мобильных приложениях составили 1,35 млрд евро. Прогнозируется, что этот сегмент рынка также будет расти и в 2017 г. объемы доходов от рекламы достигнут порядка 3,5 млрд евро, что будет составлять около 25% от общего объема доходов на рынке мобильных приложений [6].

Основными расходами при продаже мобильных приложений, является стоимость разработки мобильного приложения. Стоимость проекта чаще всего состоит из трех компонентов. Первый - подготовка к разработке: согласование концепции с заказчиком, создание наглядного прототипа, составление плана работы. Второй - разработка. Третий — внедрение и сопровождение. Если стоимость первого этапа обычно фиксированная, то стоимость двух других варьируется очень значительно.

Стоимость разработки проекта может основываться либо на времени, либо на том, какие ресурсы разработчику придется задействовать. В первом случае главную роль играет поддерживаемая платформа — как уже было сказано, iOS-разработки занимают меньше времени, и следовательно, обходятся дешевле. Т.е. там, где на Android-приложение уйдет два месяца, «Apple» потребует на 20–30% меньше.

Отраслевой расчет цены сложнее, но заказчики имеют возможности внести свои коррективы и сократить расходы. Основные затраты на разработку мобильного приложения занимает программирование как клиентской, так и серверной части. Также в стоимость приложения включается проектирование интерфейса, графика, тестирование. Ещё одним фактором влияющим на стоимость приложения, является его сложность. При этом использование уже готовых универсальных решений может сэкономить время разработки, но может увеличить стоимость.

По стоимости мобильные приложения можно условно поделить на следующие категории.

Приложения «эконом класса» - включают в себя дизайн до пяти экранов, чаще всего работают не только под одной платформой, но и лишь под одним типом устройств. Подобный проект обычно требует от 100 до

150 часов работы, а цена его составляет примерно \$2000–4500 (70–160 тыс. рублей);

«Компакт-класс» Также одноплатформенные, но с лучшим дизайном (6–10 экранов) и с добавленной серверной частью, хотя и без веб-панели администратора. Разработка занимает в среднем от 250 до 500 часов и будет стоить \$7500–15 000 (270–550 тыс. рублей);

«Полноразмерный класс» Работает на одной платформе, но уже с разными устройствами. При этом обычно поддерживается только последней версией ОС, в отличие от более дешевых классов. Включает в себя серверный функционал с базовой админпанелью и дизайн для 11–20 экранов. Создание потребует от 600 до 1000 часов работы. Цена — от \$18 000 до \$30 000 (650 тыс.— 1 млн рублей);

Разработка класса люкс Подходит для каждой платформы и для устройств всех размеров, поддержка всех ОС, дизайн от 21 и более экранов, широкий функционал с индивидуальными настройками, поддержкой соцсетей и множеством специальных возможностей. Продвинутая серверная часть с полноценной админпанелью. Время изготовления такого приложения часто превышает 1000 часов, а цена — 1–1,5 млн рублей и выше.

Часто встречаемая в 2013–2014 гг. пользовалась средняя ценовая категория — 500–600 тысяч рублей за проект.

Исходя из выше сказанного, можно заметить, что продажа мобильных приложений является высокодоходным и перспективным бизнесом. В ближайшие годы рынок мобильных приложений продолжит развиваться.

Библиографический список

1. <http://www.cossa.ru/articles/155/89288/>
2. http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/rynok_mobilnyh_biznes-prilozhenij/
3. <http://adelfo-studio.ru/blog/tendenciya-2014-goda-rost-sprosa-na-rynke-mobilnyh-prilozheniy>
4. <http://www.pcweek.ru/mobile/article/detail.php?ID=150547>
5. [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Мобильные_приложения_\(мировой_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Мобильные_приложения_(мировой_рынок))
6. <http://www.jimdo.com/рынки/рынок-мобильных-приложений/>

*Устинова К.А., к.э.н.
(ИСЭРТ РАН, г. Вологда)*

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ: РОЛЬ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Среди проблем, затрудняющих инновационное развитие, – различие в масштабах, скорости и глубине преобразований в территориальном разрезе. Следует также подчеркнуть крайне неравномерное распределение всех

видов ресурсов, административно-территориальную асимметрию, высокие различия в уровне и качестве жизни населения, в моделях и степени госрегулирования и др. [2]. Аккумуляция различного рода противоречий и тем самым нарастание дисбалансов приводит к диспропорциям в инновационном развитии территории [1], что обуславливает необходимость исследования инновационного развития и факторов, его определяющих.

Оценка уровня инновационного развития и человеческого капитала основывалась на разработанной методике, которая включала в себя ряд последовательных этапов: определение уровня развития человеческого капитала территорий; оценка уровня инновационного развития; построение матрицы «уровень человеческого капитала – уровень инновационного развития территории».

Оценка уровня развития человеческого капитала осуществлялась в следующей последовательности: отбирались параметры для анализа, рассчитывался интегральный показатель с использованием метода многомерного сравнительного анализа. Среди параметров для расчета интегрального показателя «человеческий капитал» были выбраны следующие: доля работников со средним специальным и высшим образованием в общей численности занятых, численность персонала, занятого исследованиями и разработками, в расчете на 100 тыс. населения, доля городского населения, ожидаемая продолжительность жизни при рождении, коэффициент фондов, доля населения с доходами ниже величины прожиточного минимума.

Для каждого структурного компонента интегрального индикатора выбиралось наилучшее значение и сопоставлялось с показателями по регионам РФ. Полученные стандартизированные коэффициенты возводились в квадрат, из суммы квадратов шести показателей (по их количеству) извлекался квадратный корень. Рассчитанное значение представляет собой интегральный показатель, принимающий значения в пределах от 0 до 1. В этих границах можно выделить пять уровней развития человеческого капитала: высокий, выше среднего, средний, ниже среднего, низкий.

По результатам анализа определено, что среди территорий с высоким уровнем развития человеческого капитала – субъекты и города Центрального (ЦФО – *Калужская и Московская области, г. Москва*) и Приволжского (ПФО – *Самарская, Нижегородская области*) федеральных округов. Выше среднего уровень развития человеческого капитала в регионах Южного федерального округа (ЮФО – *Краснодарский край, Ростовская, Волгоградская области*), Сибирского федерального округа (СФО – *Томская область, Красноярский край*). Низкие позиции занимают регионы Северо-Западного федерального округа (СЗФО – *Псковская, Новгородская, Вологодская области*), а также некоторые регионы СФО (*Республики Тыва и Бурятия, Кемеровская и Иркутская области, Забайкальский край*).

Установлено, что попадание регионов в группу с низким уровнем развития человеческого капитала обусловлено преимущественно низкой

долей работников с высшим уровнем образования, малой численностью персонала, занятого исследованиями и разработками. Среди регионов с высоким уровнем развития человеческого капитала – обратная ситуация. Невысокая доля работников с высшим уровнем образования служит критерием отнесения региона в группу со средним уровнем развития человеческого капитала. Поэтому образование работника является одним из ключевых параметров, определяющих уровень развития его человеческого капитала.

Исходя из результатов анализа все регионы были разделены на несколько групп в зависимости от уровня инновационного развития и уровня развития человеческого капитала. Большинство регионов и городов с высоким уровнем развития человеческого капитала характеризуются и аналогичным уровнем инновационных преобразований (г. Москва, г. Санкт-Петербург, Московская, Нижегородская, Калужская, Самарская области). Для регионов с человеческим капиталом на уровне «выше среднего» характерен «средний» или «выше среднего» уровень инновационного развития; для регионов с «низким уровнем» человеческого капитала – «средний» или «ниже среднего» уровень инновационного развития. Следовательно, в целом уровень развития человеческого капитала на той или иной территории оказывает влияние на инновационные преобразования, и особенно ярко такая зависимость проявляется в «полярных группах»; менее очевидна эта взаимосвязь в регионах с человеческим капиталом среднего уровня развитости.

Отрицательная динамика инновационных преобразований Вологодского региона связана с уменьшением кадрового потенциала, необходимого для реализации процессов преобразований и снижением результативности инновационной деятельности (доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции).

Исследование инновационной активности населения Вологодской области проводилось в два этапа: *предварительный анализ* (кроссекционный анализ наличия научных разработок, используемых в практике в зависимости от разных социально-экономических характеристик молодежи) и *пробит-анализ*.

Предварительный анализ распространенности научных разработок по гендерному признаку показал, что в их создании женщины участвуют наравне с мужчинами; в разрезе возрастных групп – что по мере взросления потенциал к созданию инноваций снижается (среди 15–19-летней молодежи практически вдвое больше тех, у кого научные разработки имеются, а по мере взросления этот разрыв сокращается). Кроме того, одним из факторов, влияющих на инновационную активность населения, является уровень образования. Так, среди обладателей вузовского образования, а также продолжающих обучение более 40% имеют научные разработки, которые могут быть внедрены в практическую деятельность. Однако тако-

вые имеет и более 30% молодежи со средним образованием. Возможно, одним из объяснений подобной ситуации может быть то, что на начальных ступенях обучения организовано участие в творческих, научно-исследовательских и других видах работ и общеобразовательные учреждения активны в работе по выявлению творческих и одаренных молодых людей.

На втором этапе исследования инновационной активности молодежи использовалась пробит-модель методом максимального правдоподобия с использованием специализированных программ обработки данных – SPSS и STATA. Анализировалось 10 спецификаций, отражающих зависимость между отдельными характеристиками молодежи и ее инновационной активностью (выражена через бинарную переменную с единицей при наличии готовых научных разработок, которые могли бы быть использованы хозяйствующими субъектами в регионе). Последовательное включение переменных осуществлялось для решения проблемы эндогенности и анализа робастности результатов.

На основе проведенного анализа получены следующие результаты: по гендерному признаку – вероятность наличия научных разработок у мужчин выше, чем у женщин, зависимость является устойчивой и статистически значимой; по возрасту – по мере взросления в среднем при прочих равных условиях вероятность наличия научных разработок снижается. Существуют различия в инновационной активности молодежи по уровню образования: для молодых людей со средним полным общим и начальным профессиональным образованием наблюдается более низкая вероятность наличия научных разработок по сравнению с молодежью с другими уровнями образования (статистически значимые отличия более чем на 5%-ном уровне). Установлено, что повышение квалификации молодыми людьми в среднем при прочих равных условиях положительно влияет на наличие научных разработок. Учитывая многостороннее обсуждение вопросов, связанных с отдачей от инвестиций в дополнительное профессиональное обучение, можно сказать, что данный результат свидетельствует в пользу осуществления подобных вложений как со стороны государства, так и работодателей [3]. Как нами выявлено, накопление молодежью незначительного трудового стажа (до двух лет) оказывает статистически значимое положительное влияние на вероятность наличия готовых научных разработок, используемых в практике. В то время как среди молодежи других групп по стажу вероятность наличия научных разработок оказывается ниже. Принимая во внимание ранее полученный положительный эффект от дополнительного профессионального обучения и снижение инновационной активности для молодежи со стажем более двух лет, предполагаем, что обучение работников приблизительно один раз в два-три года способствует пролонгации данного эффекта.

На основе анализа данных социологического опроса определены препятствия и стимулы к осуществлению инновационной деятельности. Среди препятствий – недостаточный уровень квалификации и профессиональной подготовки населения, отсутствие заинтересованности (материальные и нематериальные стимулы); в меньшей степени, по оценкам населения, влияют административные и правовые барьеры. Среди стимулов – улучшение материального благосостояния, повышение социального статуса и значимости своей деятельности, наличие возможности для организации предпринимательской деятельности.

Библиографический список

1. **Барлыбаева Ф.Б.**, Княгинина Г.В., Ситнова И.А. Потенциал инновационного развития территории: методика исследования и направления эффективной реализации [Электронный ресурс] // Управление экономическими системами. 2011. №3. Режим доступа: <http://www.uecs.ru/logistika/item/384-2011-04-04-09-03-17>
2. **Родионова Н.Д.** Инновационное развитие проблемных регионов // Экономические науки. 2011. №1(74). С. 61-65.
3. **Устинова К.А.**, Александрова Е.А. Инновационная активность населения (на примере мониторинга социально-экономического положения населения Вологодской области // Проблемы прогнозирования. 2014. №2. С. 118-126.

*Фадеева Ю.Е., асп.; рук. Н.В. Клочкова, д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ИСТОЧНИК РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

В последние годы наращение интеллектуального капитала, в частности человеческого капитала, стало одной из перспективных задач инновационной стратегии Российской Федерации и ее регионов [2]. Это связано с тем, что низкое качество человеческого капитала замедляет развитие инновационной деятельности в нашей стране.

С точки зрения интеллектуального капитала, человеческий капитал представляет собой знания, творческий и интеллектуальный потенциал, личные качества, моральные ценности, умения и навыки, лидерство, культуру труда, которые используются для получения дохода организацией либо индивидом [1].

Основным инструментом формирования человеческого капитала как на индивидуальном уровне, так и на уровне предприятия и государства является инвестирование в человека.

Инвестиции в человеческий капитал имеют ряд особенностей, отличающих их от других видов инвестиций:

- в процессе инвестирования участвует государство, сам человек и его семья, а также предприятия;
- отдача от инвестиций в человеческий капитал зависит от срока жизни человека и от продолжительности его трудоспособного периода;
- эффективность от вложений довольно высока, но инвестиционный период достаточно длительный (до 12-20 лет и более);
- высокая степень риска.

Развитием человеческого капитала является процесс создания производственных способностей человека с помощью инвестиций в специфические процессы его деятельности. Для того чтобы правильно оценить в какие виды деятельности нужно инвестировать, необходимо понимать какие факторы влияют на состояние человеческого капитала, которые показаны на рис. 1.



Рис.1. Факторы, влияющие на состояние человеческого капитала

Из всех видов инвестиций в человеческий капитал наиболее важными являются вложения в охрану здоровья и образование, а также в постоянное профессиональное обучение. Расходы на здравоохранение создают условия для повышения качества и эффективности использования человеческого капитала [4].

Для обеспечения высокого уровня инновационного развития необходимо привлечение новых кадров в науку, в частности молодых ученых с большим потенциалом и новыми идеями, но для этого государство должно создавать условия для развития человеческого капитала. В табл. 1 отражена численность сотрудников, занятых научными исследованиями и разработ-

ками. Для сравнения были выбраны близлежащие области к нашему региону, а также ЦФО и значения по стране в целом. Статистические данные по Ивановской области показывают недостаточность человеческих ресурсов для роста инновационной активности.

Таблица 1[3] – Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, чел.

Субъект РФ	2011	2012	2013
<i>Российская Федерация</i>	735273	726318	727029
<i>Центральный федеральный округ</i>	380363	373461	375087
Ивановская область	644	852	816
Владимирская область	5131	4959	4919
Костромская область	109	119	127
Московская область	86130	86349	85856
Ярославская область	6311	6313	6148

Уровень инновационной активности напрямую зависит от качества человеческого капитала. Как видно из табл. 2 инновационная активность организаций в целом по стране, а также по регионам находится на низком уровне, что говорит о необходимости дополнительного инвестирования в развитие человеческого капитала, начиная, прежде всего, с обеспечения высокого уровня образования на всех стадиях обучения.

Таблица 2[3] – Инновационная активность организаций, %

Субъект РФ	2011	2012	2013
<i>Российская Федерация</i>	10,4	10,3	10,1
<i>Центральный федеральный округ</i>	10,2	10,9	10,7
Ивановская область	5,1	8,5	8,4
Владимирская область	10,8	12,8	10,7
Костромская область	9,1	6,0	7,0
Московская область	8,1	8,5	8,4
Ярославская область	12,0	12,3	11,0

Человеческий капитал представляет собой такой набор компетенций, который целесообразно используется человеком в той или другой сфере общественного воспроизводства и способствует росту производительности труда и эффективности производства [5].

Развитие человеческого капитала происходит в течение всей общественной деятельности человека путем постоянного инвестирования как на индивидуальном уровне, так и на уровне предприятия и государства. Для развития высокого уровня человеческого капитала в России, так и в отдельных ее регионах, следует обратить внимание на то, что инвестиции в человеческий капитал являются наиболее выгодными, по сравнению с другими формами капитала, поскольку приносят достаточно значительный по объему и длительный по времени экономический и социальный эффект.

Библиографический список

1. **Орлова Т.М.**, Гапоненко А.Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал: учеб. пособие. М: Эксмо, 2008.
2. **Лысенко А.Н.** Управление инновационным развитием высокотехнологичных машиностроительных предприятий на основе эффективного использования человеческого капитала: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Москва. 2014.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: Российский статистический ежегодник 2014. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078
5. Человеческий капитал как фактор инновационного развития России: материалы Всеросс. конф. преподавателей и науч. работников технич. вузов (Новосибирск, 15–17 апр. 2014 г.) / Новосиб. гос. архитектур.-строит. ун-т (Сибстрин). Новосибирск : НГАСУ (Сибстрин), 2014. 176 с.
6. **Герман М.В.**, Н.С. Помулева. Человеческий капитал как основной фактор инновационного развития. Вестник Томского государственного университета. Экономика. Национальный исследовательский Томский государственный университет. Томск. 2012. № 1.

*Филатов Е.П., ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРОБЛЕМЫ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Малые предприятия являются важным элементом экономики любой страны. Их высокая значимость заключается в ряде специфических черт: высокая эффективность; простая управленческая структура; оперативная реакция на изменение конъюнктуры рынка; небольшие материальные вложения для открытия нового бизнеса; возможность занять рыночные ниши, недоступные крупным предприятиям [1]. Статистика европейских стран (рис. 1), является главным подтверждением вышесказанного [2].

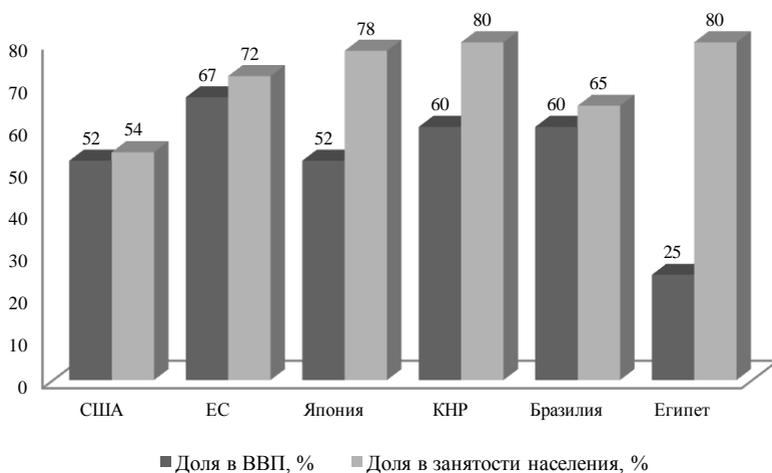


Рис. 1. Доля малого и среднего бизнеса в ВВП и занятости стран

Учитывая сырьевую зависимость российской экономики, роль малых предприятий становится еще более значимой для государства, нежели для других развитых стран. Несмотря на это в Российской Федерации доля малых предприятий в ВВП страны не превышает 21%, а количество занятого населения 27%. Вполне логичным становится вопрос, «Что мешает развитию малого предпринимательства в Российской Федерации?».

Все негативные факторы, влияющие на малые предприятия, стоит разделить исходя из критерия источника возникновения, на две категории: внутренние – те которые возникают внутри самого предприятия, и внешние – совокупность факторов, к появлению которых предприятие не имеет никакого отношения.

К основным внутренним факторам стоит отнести:

- Ограниченная материально-техническая база. Предприятия не могут позволить себе приобретение дорогостоящего производственного оборудования, что в свою очередь накладывает существенные ограничения на осуществление ими коммерческой деятельности.
- Ограниченность в финансовых ресурсах. По-прежнему, доступ предприятий к рынку капитала остается затрудненным, а собственные финансовые ресурсы минимальны. Поэтому данный фактор не дает развиваться малым предприятиям.
- Отсутствие у руководителей предприятий знаний и опыта коммерческой деятельности. Этот фактор влечет за собой ряд других возможных проблем, таких как отсутствие видения бизнеса, непонимание своего

места в конкурентной среде, необдуманные коммерческие решения и т.д. Все они снижают эффективность предприятия и способствуют дестабилизации всех процессов предприятия.

Вторая группа, внешние факторы, является не менее важной, чем первая и в свете последних экономических потрясений, притягивает к себе все больше и больше внимания. К данной категории факторов стоит отнести следующие [3]:

- **Высокие налоги.** Несомненно, что малым предприятиям, чья годовая выручка составляет менее 400 млн. рублей, очень тяжело налоговое бремя в виду двух причин. Первая, вследствие небольшого товарооборота, доля затрат в расчете на единицу продукции высока, а чистая прибыль, соответственно, минимальна. Вторая, высокая ставка отчислений с фонда оплаты труда. Для малых предприятий этот факт особенно важен, поскольку автоматизировать процессы они не в силах из-за недостатка финансов, а увеличивать штат тоже нельзя, из-за больших налогов. Вот и получается тупиковая ситуация для развития.

- **Неопределенность экономической ситуации.** К наиболее важным составляющим данного фактора стоит отнести снижение цены на нефть, сложная геополитическая обстановка, санкции и высокая волатильность курса национальной валюты. В сложившейся ситуации, планирование на предприятии не только осложняется, оно становится практически невозможным. Руководители не смогут определить величину целевых показателей своих предприятий и выбрать методы их достижения, если не будут знать какие внешние факторы и с какой силой будут влиять на их предприятия. Изменчивая среда может свести на нет все усилия предпринимателей.

- **Высокие ставки по кредитам.** Кредитование является одним из важнейших инструментов развития малого предпринимательства. Повышая ставки, осложняется не только развитие существующего малого бизнеса, но и повышается «барьер» для появления новых предприятий.

- **Нестабильность налогового законодательства.** Финансовое планирование является основой любого коммерческого проекта. Изменяя налоговое законодательство, меняются показатели финансовых планов, и смещается точка безубыточности в бизнес планах. Таким образом, изменяя налоговое законодательство, государство, само того не желая, может сделать не рентабельными малые предприятия.

- **Жесткое государственное регулирование.** Как показывает статистика, государственные органы, руководствуясь благими намерениями, проводят регулярные проверки малых предприятий и вводят все больше и больше отчетности. Но учитывая ограниченность штата малых предприятий и прочие вышеизложенные специфики, они не в силах потянуть такую «бюрократическую ношу». Функции руководителей предприятий сводятся

не к управлению предприятием, а оформлению огромного числа документов. В свою очередь, проверки государственных органов в сложившейся ситуации носят карательный характер, налагая на предприятия всевозможные штрафы и предписания.

Резюмируя, стоит отметить, что, несмотря на высокую значимость, малое предпринимательство продолжает оставаться слаборазвитым сектором российской экономики, подверженным влиянию большого количества факторов. Около 90% проблем малых предприятий, возникают и могут быть решены в рамках самого государства. Государственным органам необходимо учесть проблемы малых предприятий в современных условиях. Наладить активный диалог и провести соответствующие изменения. Сменить карательный характер инспекций и проверок на направляющий и обучающий. Такие действия дадут резкий скачкообразный рост производительности труда, снизят затраты государства на поддержку малого бизнеса, повысят уровень промышленного производства, обеспечат стабильность и независимость экономики страны.

Библиографический список

1. **Филатов Е.П.** Разработка методики стратегического планирования на малом инновационно-ориентированном предприятии // Энергия инновации 2013. Иваново, 2014. С. 296-299
2. **Митрофанова И.А.,** Эрентраут А.А. Налогообложение малого предпринимательства в России и за рубежом: реалии и прогнозы // Молодой ученый. 2012. №1. Т.1. С. 130-135.
3. **РосБизнесКонсалтинг** [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://top.rbc.ru/own_business/02/02/2015/54cb31509a7947b17069995d (дата обращения: 05.02.2015)

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

ОБЗОР РЫНКА СТРАХОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Рынок страхования – часть финансового рынка, на котором предлагаются услуги по страхованию. Эти услуги на данном рынке предлагают страховые компании. Одним из важнейших принципов организации страхового рынка является обеспечение справедливой конкуренции страховых компаний. В Российской Федерации действует специальный закон «О защите конкуренции», который устанавливает критерии справедливой конкуренции на рынке страховых услуг [3].

С 2012 года количество страховых компаний быстро уменьшается, в 2012 году рынок потерял 103 участника, а в прошлом, 2013 году – 38. В итоге на рынке на 31.12.2013 г. осталось 420 страховых и перестраховоч-

ных компаний. Прошлый, 2013 год оказался менее успешным для страхового рынка, чем предыдущие 2 года. Объем премий увеличился до 904,86 млрд рублей, но годовой темп роста премий снизился в 2 раза (11% в 2013 году, 22% в 2012 году). Продолжается поквартальное замедление темпов прироста (12,8% за первый квартал, 13,3% за 1 полугодие, 12,6% за 9 месяцев, 11,1% за год). Незначительное улучшение во 2 квартале не повлияло на общую картину. Тенденция превышения темпа роста премий над темпом роста выплат, существовавшая в течение трех предыдущих лет, в 2013 году сменилась на противоположную, и скорее всего, сохранится и в следующем году. Данные этих показателей показаны в табл. 1.

Таблица 1 – Ключевые показатели страхового рынка, 2010-2013 г.

Год	Страховые премии, млрд руб.	Темпы роста, %	Страховые выплаты, млрд руб.	Темп роста, %	Коэффициент выплат, %
2010	555,8	4,2	295,97	3,8	53,25
2011	665,02	19,65	303,76	2,63	45,68
2012	809,06	21,66	369,44	21,62	45,66
2013	904,86	11,1	420,77	12,9	46,5

Региональная структура страхового рынка по сравнению с 2012 годом практически не изменилась. Традиционно Центральный федеральный округ занимает лидирующую позицию в структуре совокупной страховой премии (57,4% или 518,96 млрд руб.). Большая разница в развитии регионов, уровне доходов, сложности с созданием страховой инфраструктуры оказывают негативное влияние на развитие добровольных видов страхования.

Отраслевая структура рынка продолжает меняться в сторону уменьшения доли добровольных видов страхования, не относящегося к страхованию жизни. При этом доля обязательных видов существенно не изменилась (18,53% в 2012 году, 18,32% в 2013 году), а доля страхования жизни продолжает увеличиваться (6,65% в 2012 году, 9,38% в 2013 году). В структуре премий по добровольным видам основную часть занимают ДМС (15,55%), страхование средств наземного транспорта (28,72%), страхование имущества юридических лиц и граждан (18,15%), страхование от несчастных случаев (12,69%). Объем премий по страхованию средств наземного транспорта по сравнению с аналогичным периодом прошлого года вырос на 8,2% (в 2012 году – на 10 проц. пункта больше), а выплаты – на 23,7% (в 2012 году – на 5,3 проц. пункта меньше). Причиной уменьшения темпа роста стало прежде всего сокращение продаж новых иномашин.

рок по сравнению с прошлым годом. Серьезных изменений в сегменте сельскохозяйственного страхования в 2013 году не произошло. По данным НССО, застраховано 16% посевных площадей взамен 20% в 2012 году, большинство из них (85%) – с господдержкой (в 2012 году – 80%).

Сегмент обязательного страхования автогражданской ответственности стал в 2013 году наряду со страхованием средств наземного транспорта наиболее проблемным для рынка. Объем премий по ОСАГО увеличился на 10,3% до 134,25 млрд рублей с одновременным увеличением выплат на 19% (77,37 млрд рублей). За 2013 год заключено 42,43 млн договоров страхования ОСАГО (за 2012 год – 40,4 млн договоров). Количество страховщиков ОСАГО не изменилось – 98 компаний. При этом с рынка ушли 4 страховщика, в том числе ОСАО «Россия», выплаты за которого из гарантийных фондов РСА составят около 2 млрд рублей – максимум за все время действия ОСАГО. По итогам 2013 года соотношение выплат и премий в этом сегменте выросло с 52,74% до 57,64%. Максимальные значения коэффициента выплат за десятилетнюю историю ОСАГО были в 2008-2010 г.г., однако реальная убыточность по данному виду в 2013 году значительно больше, чем в предыдущие годы, так как выплаты по решению суда и связанные с ними издержки отражаются в составе прочих расходов [4].

Замедление темпов экономического роста оказывает негативное влияние на страховой рынок, вызывая сокращение расходов клиентов на страхование и спроса на смежных со страховым рынком областях. Замедление объемов потребительского кредитования отразилось на сокращении темпов роста страхования: фактический темп роста розничного кредитования (21% за 2013 год) оказался в 1,5 раза ниже прогнозируемого ЦБ (30%). Значительный вклад в сокращение темпов роста страхового рынка также внесло сокращение в прошедшем году на 6% продаж новых автомобилей.

Итоги 2013 года свидетельствуют о стагнации страхового рынка. Объем премий по классическим видам – страхованию имущества юридических лиц, железнодорожного и водного транспорта, грузов, добровольному страхованию автогражданской ответственности сократился. Рост рынка обеспечен за счет страхования жизни и страхования от несчастных случаев. Существенных изменений структуры страхового рынка в 2013 году не происходило, что объясняется тем, что игроки страхового рынка взяли паузу в ожидании дальнейшего развития кризисных событий на финансовом рынке в целом. Однако в 2014 году ожидается консолидация рынка за счет сокращения доли мелких и средних страховщиков.

Возможные причины сокращения доли небольших участников: 1) недостаток накопленных ресурсов, как результат активного роста в прошлом; 2) наличие большого количества убыточных полисов в портфеле.

Участники страхового рынка предполагают, что рост страховой отрасли продолжится в основном за счет лидирующих игроков. Список десяти лидирующих игроков страхового рынка представлен в табл. 2 [5].

Таблица 2 – Топ-10 российских страховых компаний

Компания	Объем страховых взносов, млрд руб.	Доля рынка, %	Изменение доли с 2013 года, %
Росгосстрах	119	13,2	-1
СОГАЗ	87	9,6	-0,2
Ингосстрах	70	7,8	-1
РЕСО-гарантия	58	6,4	0
Альфа страхование	51	5,7	0,7
Согласия	42	4,6	0,5
ВСК	38	4,2	0,1
Альянс	38	4,2	0,5
ВТБ Страхование	31	3,4	0,6
Ренессанс Жизнь	21	2,4	-0,2

В 2013 году был сделан задел на будущее – утверждена Стратегия развития до 2020 года, вместо органов надзора, регулирующих отдельные сегменты рынка, был создан мегарегулятор. В отличие от прежней модели регулирования, интересы ЦБ одновременно с надзором будут распространяться на развитие рынка страхования и защиту прав страхователей. Основная задача - повысить оперативность реагирования на состояние дел в страховых компаниях. Для этого в 2014 году был усилен надзор за деятельностью страховых организаций, были определены системно значимые страховщики, введен институт кураторства. ТОП-20 компаний будут отчитываться перед регулятором чаще, чем 1 раз в квартал. Ожидается повышение требований для компаний, желающих войти на рынок, в части капитала, репутации собственников и руководителей.

Согласно Плану мероприятий («Дорожной карте») – приложению к Стратегии развития страховой деятельности в РФ до 2020 года - доля страхования в ВВП к 2020 году должна увеличиться до 8,5%, объем премий - до 3,67 трлн рублей с 90%-ной долей добровольных видов. В сегменте обязательных видов предлагается ввести тарифный коридор взамен жесткого установления тарифов, единую методику оценки ущерба, электронный документооборот. В сегменте добровольного страхования – ввести практику применения стандартных условий страхования, усовершенствовать налогообложение для развития страхования жизни, расширить сег-

мент страхования имущественных интересов физических лиц, в том числе при участии государства. Стратегия предусматривает также развитие инфраструктуры страхового рынка (институты актуариев, сюрвейеров, аварийных комиссаров, аджастеров), разработку карты рисков по отдельным видам страхования, введение института финансового омбудсмена. Система регулирования рынка должна быть основана на методах раннего обнаружения признаков несостоятельности [1].

Замедление темпа роста экономики, снижение объема инвестиционных ресурсов в 2014 году приведут к снижению темпов роста объема премий по имущественному страхованию, уменьшение объемов кредитования – к аналогичной ситуации в секторе банковского страхования. По итогам 2014 года с рынка уйдет больше компаний, чем в 2013 году.

Если в прошлые годы основными рисками, оказывающими влияние на российский страховой рынок, были отраслевые риски, то в 2014 году усилилось влияние политических, валютных, кредитных рисков.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства РФ от 22.07.2013 N 1293-р «Об утверждении Стратегии развития страховой деятельности в РФ до 2020 года» // Собрание законодательства Российской Федерации. 05.08.2013. №31. Ст.4255.
2. **Стрелец К.И.**, Широкова И.А. Страхование объектов недвижимости: учебное пособие. СПб.: СПбГПУ, 2005.
4. **Шахов, В.В.**, Ахвледзиани Ю.Т. Страхование. М.: ЮНИАТА-ДАНА, 2011.
5. Национальное рейтинговое агентство: Аналитический обзор страхового рынка 2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ra-national.ru>
6. Новая реальность: обзор рынка страхования России 2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kpimg.ru>

*Шапина О.С., Мустафаева Ф.В., студ.; рук. В.В. Голубков, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ: СПЕЦИФИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ

Стремительное развитие экономики сегодня ни для кого не удивительно. С каждым годом все больше инновационных разработок, рынок переполнен оригинальной продукцией. Вместе с тем появляются все больше новых инструментов маркетинга. Одним из таких новых веяний можно назвать вирусный маркетинг.

Термин «вирусный маркетинг» возник впервые в 1996, его родителем можно считать Джеффри Рэйпорта профессора Гарвардской школы бизнеса, который употребил термин в своей статье «The Virus of marketing». Однако, такой метод продвижения товаров существовал очень давно, еще до

появления телевидения и интернета, и хорошо всем известен под названием «сарафанное радио»

В качестве проводников вирусного маркетинга выступают: 1) трэнд-сеттеры (от английских слов to set trend – устанавливать / вводить тенденцию) – специально обученные наёмные агенты («партизаны»), которыми могут быть, как профессиональные актёры или промоутеры, так и обычные граждане; 2) люди с высокой покупательской (потребительской) активностью, часто ими выступают постоянные покупатели-лояльные приверженцы, например, держатели дисконтных карт или постоянные участники клубов (сайтов) любителей (потребителей) товаров определённых марок.

При проведении вирусной кампании коммуникатор может задействовать широкий спектр средств и возможностей, предоставляемых Интернетом, для максимально эффективного распространения вирусного продукта, в том числе: развлекательные площадки; интернет-СМИ, сайты социальных СМИ; социальные сети, сообщества, блоги и топ-блоги; форумы, чаты, системы мгновенного сообщения; видеохостинги, фотохостинги; офлайн-среда.

Существует пять элементов и действий, которые обязательно применяются во всех программах вирусного маркетинга:

- рассказчики – люди, интересные рассказы и распространяемые авторитетные мнения, которых являются наиболее подходящим способом для передачи вирусных посланий. Принципиально важно найти именно таких людей, которые могут с энтузиазмом, грамотно расставляя акценты, эффективно распространить по сети вирусную (предложенную коммуникатором) новость и довести её до целевой аудитории;

- тема, при её определении нужно уделять особое внимание таким важным характеристикам, как простота, новизна, оригинальность, креативность и актуальность сообщения, а также чёткости формулировки мыслей и идей;

- инструменты – это различные современные коммуникационные технологии и, прежде всего, возможности интернета;

- участие – его можно рассматривать как умение рассказчиков, реализующих интересы компании, эффективно коммуницировать (вести диалог, активно поддерживать разговоры, беседы, дискуссии);

- отслеживание – сбор, анализ и учёт мнений клиентов о той или иной марке продвигаемой компанией продукции, для обеспечения должного уровня понимания покупательских мотивов заказчиков.

Выделяют следующие сферы применения вирусного маркетинга:

I. Вирусный маркетинг Offline:

1) Buzz – намеренное и спланированное распространение слухов в коммерческих целях. Причём рекламодателям вполне выгодно, чтобы в результате информация от первоисточника искажалась и обростала выду-

манными дополнительными сведениями. Такой маркетинговый ход требует крайней осторожности, ведь вектор развития событий может выйти из-под контроля и тогда «оружие маркетолога» может превратиться в бумеранг.

2) WOM – реклама из уст в уста. Это неординарная вербальная рекламная коммуникация, суть которой состоит в том, что разносчики информации в WOM понимают – что они делают, зачем и какую материальную выгоду будут иметь в итоге.

На практике использование данной технологии выглядит примерно так: специально нанятые люди живут своей жизнью, работают, занимаются своими делами, но в процессе общения с другими людьми не забывают упомянуть при случае название торговой марки, бренда или продукта и рассказать что-либо о нем в позитивном ключе.

3) Opinion Leaders – лидеры мнений. Известные люди (звезды, актеры, влиятельные личности), у которых есть свой круг поклонников или чье мнение считается бесспорным. Посредством этих персон вполне возможно влиять на склонности потребителей.

Для каждой отрасли, рынка, региона лидеры мнений отличаются, но в любом случае словам лидеров мнений верят больше, чем рекламе, потому что мнение хорошо зарекомендовавшего себя человека для покупателей более интересно, чем реклама.

Естественно, что лидеры озвучивают свое мнение, рекомендации и мысли о продвигаемом товаре или услуге не бесплатно, но их слова слышит более широкий круг людей, а значит платить за эту услугу рекламодателям целесообразно.

4) Friend – коммуникация, имеющая множество видов воздействия, но в основу кладется механизм «приведи друга» и получи за это скидку, приз, бонус или другую полезность.

II. Вирусный маркетинг Online:

1) Viral Video – вирусное видео. Суть такова: на популярный портал загружается занятный, смешной, захватывающий видеоролик с любым сюжетом, который может быть интересен. Необязательно о рекламируемой продукции. В контексте ролика запускаются субтитры с адресом сайта или названием компании. И можно рассчитывать на впечатляющее количество посетителей.

2) Viral Game – игра с вирусным механизмом. Суть состоит в том, что рекламодатель развлекает своих потенциальных покупателей. Как правило, не обходится без увлекательных конкурсов, массовых мероприятий и ценных призов. Естественно, такой вид вирусного игрового маркетинга могут себе позволить только крупные корпорации, которые готовятся продвинуть на рынок довольно эксклюзивный продукт.

3) Blogging – влияние путем использования интересов читателей и посетителей.

Первые шаги вирусная реклама сделала в те времена, когда электронная почта была малодоступной. Тогда Сабир Бхатия и Джек Смит создали компанию Hotmail.com, а вместе с ней и бесплатную электронную почту, которую мог себе позволить любой желающий. За 18 месяцев они приобрели 18 млн. клиентов благодаря лишь одной фразе: «Получите свою бесплатную электронную почту в Hotmail.com», которая размещалась в нижней части электронных писем. Эта фраза-вирус разошлась по Интернету и сделала почту Hotmail популярной.

Однако невозможно со сто процентной точностью просчитать успешность вирусного сообщения. Не менее 90% всех современных вирусов несут провальный характер, а многие из них к тому же наносят вред репутации компании: негативное отношение к ролику потенциальные потребители переносят и на рекламируемый продукт [5].

Таким образом, вирусный маркетинг — один из самых эффективных способов рекламы, но в то же время один из наиболее рискованных. По мнению экспертов, популяризация вирусного маркетинга как метода продвижения товаров и услуг рано или поздно приведет к снижению вирусного эффекта.

Библиографический список

1. **Ивашкин М.В.**, Мишурова К.И. Интернет-реклама как инструмент персонализированного воздействия на покупателя // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2014. № 4 (31). С. 171-178.
2. **Король А.Н.** Инновационные виды маркетинговых коммуникаций // Современные проблемы развития предприятий, отраслей, комплексов, территорий: сборник научных трудов: в 2 кн. Хабаровск, ТОГУ, 2013.
3. **Ульяновский А.В.** Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениум. М.: Эксмо, 2008.
4. **Уэллс У.**, Мориарти С., Барнетт Дж. Реклама: принципы и практика. СПб.: Питер, 2008.
5. **Ходорыч А.**, Денисенко А. Buzz-маркетинг на российском рекламном рынке // Коммерсантъ-Деньги [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2007/1422>

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

ТРАНСФЕР ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЗАРУБЕЖНОЙ И РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ

Трансфер технологий (ТТ) – это взаимодействие между двумя или более партнерами, где хотя бы один из партнеров передает свою технологию через ноу-хау, патенты и техническое содействие другому партнеру, который желает внедрить и использовать эту технологию для конкретной цели [1].

В настоящее время актуализирован вопрос формирования национальных инновационных сетей (сетей трансфера технологий), интегрированных в соответствующие международные сети. При включении локальной инновационной площадки в сеть существенно повышаются ее возможности доступа к общим ресурсам.

В 2002 г. была создана Российская сеть трансфера технологий (Russian Technology Transfer Network, RTTN). RTTN объединяет более 50 инновационных центров из 40 регионов России и стран СНГ, специализирующихся на процессах трансфера инновационных технологий [5]. RTTN - инструмент национальной и региональной инновационной инфраструктуры, позволяющая эффективно распространять технологическую информацию, оказывать услуги по трансферу технологий, включая поиск российских и зарубежных партнеров для реализации инновационных проектов, а также их сопровождение.

Сеть RTTN – это проект, который был инициирован Региональным Инновационным Технологическим Центром (РИТЦ) наукограда Обнинска в партнерстве с Инновационным Центром наукограда Кольцово (ИЦК) в рамках реализации проекта TACIS FINRUS 9804 «Инновационные центры и наукограды Российской Федерации» [1]. В ходе проекта инновационные центры наукоградов установили партнерские отношения с инновационными релей-центрами Европейской сети IRC, изучили их опыт и инструменты работы в сфере трансфера технологий. Архитектура сети RTTN основывается на использовании адаптированных методологий Европейской сети IRC, что позволяет осуществлять обмен технологической информацией с европейскими инновационными центрами.

Сеть Инновационных Релей Центров (Innovation Relay Centres Network – IRC) – это сеть по поддержке инновационного и транснационального технологического сотрудничества в Европе, с оказанием ряда специализированных услуг поддержки бизнеса [3]. Работа IRC продолжалась с 1995 г. по декабрь 2007 г. Услуги IRC были направлены на технологически-ориентированные малые и средние предприятия, научно-исследовательские институты и технологические центры.

В 2008 г. на основе опыта двух сетей – сети Инновационных Рилэй-Центров (250 Innovation Relay Centres – IRC) и сети Евроинфоцентров (270 Euro Info Centres – EIC) создана новая интегрированная сеть услуг поддержки бизнеса – Европейская сеть поддержки предпринимательства (Enterprise Europe Network — EEN) [2].

EEN объединяет около 250 региональных консорциумов (центры трансфера, бизнес-инновационные центры, агентства развития), оказывающих малым и средним предприятиям интегрированные услуги в области поддержки развития бизнеса и инноваций, включая услуги по информированию, поддержке бизнес-кооперации, интернационализации предприятий, передачи знаний и технологий.

В 2007 г. консорциумом из трех организаций: союз Инновационно-технологических центров России (ИТЦ), Российская сеть трансфера технологий (RTTN), Российское агентство поддержки малого и среднего бизнеса (Российское агентство ПМСБ) - был инициирован проект «Gate2RuBIN» [4].

«Gate2RuBIN» — это новый широкомасштабный долгосрочный проект участия российских организаций бизнес-инновационной инфраструктуры в новой и самой крупной Европейской сети поддержки предпринимательства (Enterprise Europe Network — EEN). Цель проекта — содействие развитию технологической бизнес-кооперации малых и средних компаний и научных организаций России и Европейского Союза, приводящей к повышению их конкурентоспособности.

Gate2RuBIN это долгосрочная инициатива развития для центров участников. Она означает, прежде всего, развитие национальной интегрированной сетевой бизнес-инновационной инфраструктуры, гармонизированной с европейским инновационным пространством.

В этом смысле проект имеет ярко выраженную ориентацию на международное сотрудничество. Вместе с тем, как показывает опыт RTTN, работа в рамках международных проектов и сетей значительно повышает профессионализм и качество услуг инновационных центров внутри России, для внутренней сетевой работы, межрегионального технологического сотрудничества.

Библиографический список

1. **Бретта А.,** Лукша О. Методическая поддержка центров коммерциализации технологий: практическое руководство. Часть 2. М.: ЦИПРАН РАН, 2006.
2. Европейская сеть трансфера технологий Enterprise Europe Network: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://een.ec.europa.eu>
3. **Лукша О.** и др. Российская бизнес-инновационная сеть – новый широкомасштабный проект сотрудничества России и Европейского Союза // Инновации. 2008. №11.
4. Российская бизнес-инновационная сеть Gate to RuBIN: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gate2rubin.ru/>
5. Российская сеть трансфера технологий Russian Technology Transfer Network: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rttm.ru>

*Шишова А.С., студ.; рук. Ю.В. Вылгина, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ «ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КСО ПО КРИТЕРИЯМ МОДЕЛИ САФ»

В декабре 2014 года было проведено анкетирование сотрудников Контрольно-счетной палаты Ивановской области а именно инспекторов ревизионного блока, специалистов (экспертно-аналитического и юридического отделов). Обследование проводилось согласно приказа Председателя КСП А.В. Гаспарова. Участникам обследования предлагалось заполнить опросный лист, содержащий 90 вопросов. В опросе приняли участие все сотрудники, исследование проводилось с помощью методики САФ.

Система САФ представляет собой модель оценки эффективности и улучшения качества управления организаций общественного сектора. САФ применяется во всех странах ЕС с 2000 г. и является частью большинства национальных программ реформирования сферы государственного управления в Европе. Модель САФ создана и развивается под эгидой Еврокомиссии и, наряду с британской моделью Public Service Excellence Model, является адаптацией для сферы государственного управления широко применяемой в Европе модели совершенства Европейского фонда управления качеством (EFQM Excellence Model).

Как неоднократно отмечалось в материалах Счетной палаты Российской Федерации, наиболее важным направлением деятельности органов финансового контроля является анализ эффективности использования государственных средств территориальными структурами федеральных органов исполнительной власти и региональными органами исполнительной власти, выделяемых на реализацию функций управления. В странах, применяющих модели управления качеством, подобные САФ, наблюдается значительный прогресс в государственном управлении.

Модель (рис.1) объединяет девять критериев, которые разбиты на две группы:

- группа «*Возможности*» характеризует подходы, используемые аппаратом органа государственной власти (местного самоуправления) для достижения результатов и повышения эффективности деятельности;
- группа «*Результаты*» характеризует достижения аппарата органа государственной власти (местного самоуправления).

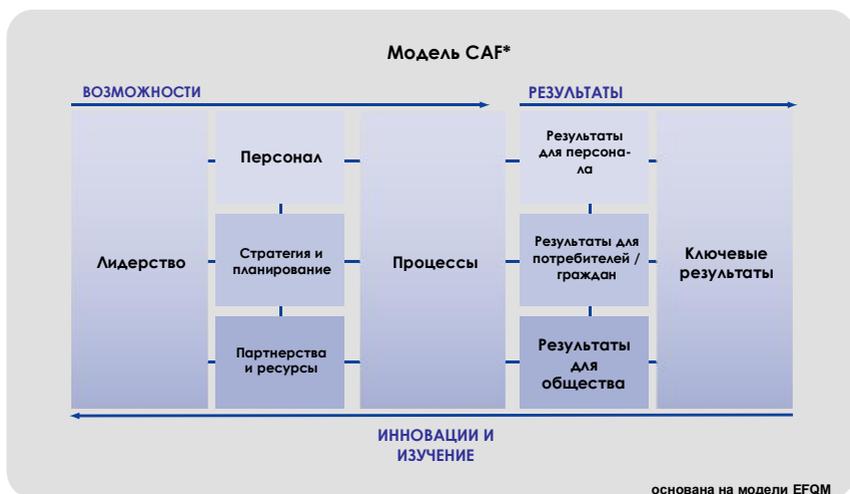


Рис.1. Структура модели CAF

Критерий "Лидерство" оценивает, как руководители определяют миссию своей организации, вырабатывают стратегию развития и способствуют ее реализации; как они формируют ценности, необходимые для достижения долгосрочного успеха, и внедряют их с помощью соответствующих мероприятий и личного примера; насколько они вовлечены в процессы, обеспечивающие улучшение качества предоставляемых организацией услуг.

Критерий "Стратегия и планирование" оценивает, как организация реализует свое предназначение и стратегию развития, цели, планы и задачи, ориентируясь на нужды и ожидания потребителей своих услуг: граждан, бизнеса, некоммерческих и иных организаций, органов государственной власти различных уровней, общества в целом.

Критерий "Персонал" оценивает, на каких принципах строится работа с кадрами в организации, как развиваются и используются знания и потенциал работников, распределяются обязанности внутри коллектива для обеспечения эффективной деятельности.

Критерий "Партнерства и ресурсы" определяет, каким образом строятся взаимоотношения с внешними партнерами и как планируются и управляются внутренние ресурсы для обеспечения эффективного функционирования организации.

Критерий "Процессы" определяет, как регламентируются, управляются и совершенствуются процессы, осуществляемые организацией с целью

максимально эффективного удовлетворения нужд и ожиданий всех заинтересованных сторон.

Критерий "Результаты для потребителей / граждан" определяет Результаты в отношении удовлетворения интересов граждан и других групп потребителей: заинтересованных организаций (коммерческих, общественных, политических и иных), смежных организаций.

Критерий "Результаты для персонала" оценивает результаты в отношении удовлетворения интересов и потребностей работников.

Критерий "Результаты для общества" определяет результаты в отношении удовлетворения интересов общества на местном, региональном, национальном и мировом уровнях.

Критерий "Ключевые результаты" определяет существенные измеримые результаты, достигнутые организацией при реализации стратегических и текущих планов, включая решение политических задач.

По результатам исследования была построена модель в разрезе критериев (рис.2), отражающая собственное состояние (достигнутый уровень) и важность критерия для организации (желаемый уровень).

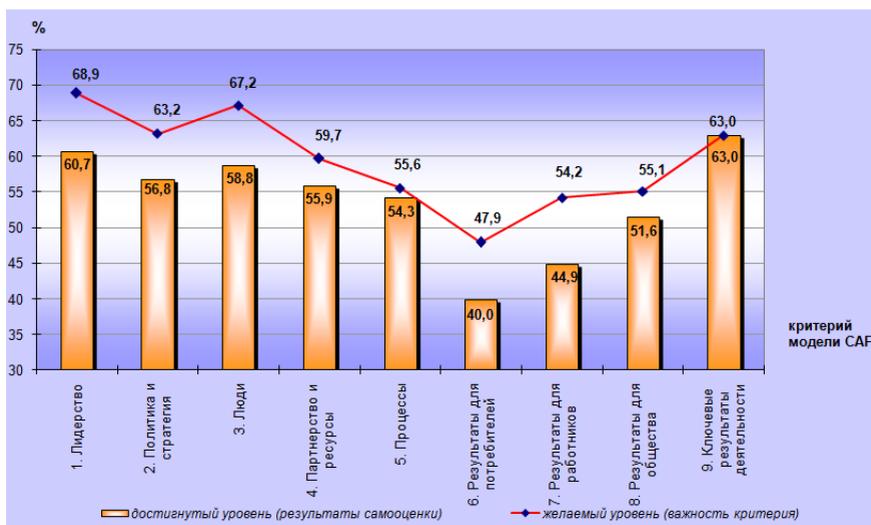


Рис.2. Результаты оценки, основанные на критериях модели САФ

Общая оценка по САФ составила 531,17 из 1000 баллов, из которой оценка по группе «Возможности» 286,5 из 500 баллов, а оценка по группе «Результаты» 199,5 из 500 баллов.

Средняя оценка по группе "Возможности" составила 57 баллов. Ниже данной отметки были оценены критерии "Политика и стратегия" - 56,8

баллов, "Партнерство и ресурсы"- 55,9 баллов и "Процессы" -54,3 балла. Именно для этих критериев необходимо формулирование областей для улучшения.

Средняя оценка по группе "результаты" составила 50 баллов. Ниже данной отметки были оценены критерии "Результаты для потребителей" - 40 баллов и "Результаты для работников" - 44,9 балла.

Наибольший разрыв между желаемым и достигнутым уровнем получен по критериям: "Лидерство", "Люди", "Результаты для работников"

Использование модели САФ помогает найти области для улучшения и разработать действия по улучшению. Таким образом, областями для улучшения в КСП Ивановской области являются Лидерство, Люди и Результаты для работников.

В дальнейшем планируется разработка рекомендаций по повышению имиджа руководителя, по пересмотру взаимоотношений между работодателем и работниками и мотивации труда персонала.

Внедрение модели способствует повышению эффективности работы органов государственной власти и улучшению качества публичных услуг, предоставляемых жителям региона.

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

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР КАК ИНФРАСТРУКТУРНАЯ ОСНОВА ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

На современном этапе общественного развития одним из путей решения существующих проблем является кластеризация энергетики страны. Положительный опыт европейских стран свидетельствует о том, что данный подход действует и, адаптировав его к российским условиям, можно успешно применять в России. Использование региональных энергетических кластеров, построенных по принципу реализации комплексного подхода к энергосбережению, поможет добиться сокращения себестоимости продукции или услуг отраслей и регионов и, следовательно, усилить конкурентоспособность предприятий, добиться повышения инвестиционной привлекательности региона, развития его инфраструктуры, а также повысить занятость населения и увеличить налоговые поступления в бюджеты всех уровней [1].

Территория Российской Федерации характеризуется неравномерностью размещения генерирующих мощностей и источников топливных ресурсов, поэтому целесообразно как управление социально-экономическим развитием регионов с учетом их территориальной специфики, так и необ-

ходимость межрегионального взаимодействия по вопросам ресурсообеспечения. При разработке энергетических стратегий требуется создание энергетического кластера с учетом возможностей взаимодействия кластеров разных регионов между собой.

Например, в Финляндии сформирован энергетический кластер, объединяющий нефте- и газохимические, электроэнергетические, инженеринговые и энергомашиностроительные компании, что позволило повысить энергоэффективность и экологичность энергетики страны [5]. Также можно привести примеры успешного внедрения кластерного подхода в мире: продуктовый кластер в США, автомобильный кластер в Германии и др [3].

Несмотря на положительный мировой опыт, кластерный подход в России еще не достаточно развит, что в значительной степени обусловлено отсутствием необходимой поддержки малого бизнеса, а также невысоким уровнем инфраструктуры. Неэффективность функционирования инфраструктурных отраслей российской экономики не позволяет перенимать большинство идей создания промышленных кластеров у зарубежных стран, поскольку в этом случае формирование кластеров не принесет ожидаемого эффекта.

России необходимо усиленно развивать инфраструктуру отраслей, и в связи с этим была разработана Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Этот документ предусматривает развитие топливно-энергетического сектора, транспортной сети, жилищно-коммунального комплекса и иной инфраструктуры для создания сети эффективных территориально-производственных кластеров, реализующих конкурентный потенциал территорий [2].

Цель создания региональных энергетических кластеров – развитие энергетики и связанных с ней отраслей региона через стимулирование группы предприятий, взаимодействующих с энергопредприятиями, к реализации совместной с ними политики энергосбережения и сокращения на этой основе себестоимости продукции (услуг) [2]. Возможные взаимосвязи, а также направления осуществления энергосберегающей политики в предлагаемой обобщенной структуре регионального энергетического кластера представлены на рис. 1 [4]. Энергосбережение и борьба с потерями энергоресурсов в рамках энергетического кластера позволят сократить у потребителей всех уровней издержки на продукцию энергетической отрасли. Следовательно, это приведет к уменьшению себестоимости продукции, производимой в регионе, повышению его конкурентоспособности на мировом и отечественном рынках, а также улучшению уровня жизни населения.

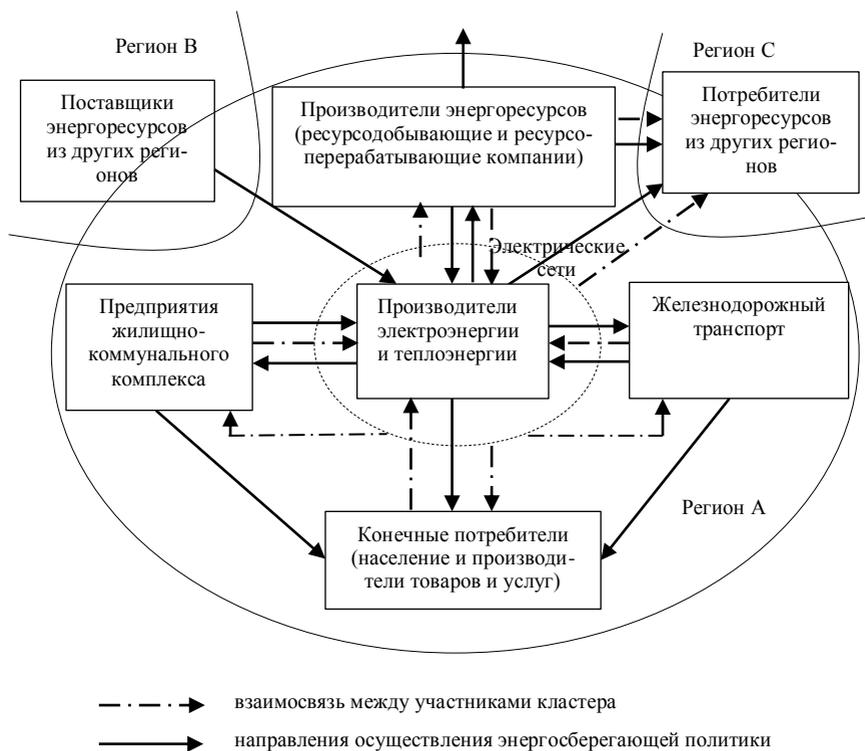


Рис. 1. Участники регионального энергетического кластера и их взаимодействие

Основным инструментом достижения общей цели построения регионального энергетического кластера должна стать разработка и осуществление комплексной политики энергосбережения на предприятиях отраслей, входящих в кластер [4]. Таким образом, это предполагает включение в инвестиционные программы таких предприятий составляющей, направленной на разработку и внедрение ресурсосберегающих и энергосберегающих технологий. Например, снижение нормативных потерь при передаче электроэнергии по электрическим сетям позволит уменьшить тарифы на данные услуги, а также затрат на электроэнергию в структуре себестоимости продукции других отраслей промышленности. Кроме того, предприятия-потребители электроэнергии, входящие в энергетический кластер, смогут осуществлять инвестиции в технологии энергосбережения, позволяющие сокращать объемы потребления электроэнергии в натуральном выражении.

Библиографический список

1. **Клёсова С.**, Дранёв Я.Н. и др. Практика экономического развития территории: опыт ЕС и России [Электронный ресурс]. URL: http://www.rtn.ru/_files/fileslibrary/80.PDF.
2. Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90601/?frame=1#p28.
3. **Мельник А.Н.**, Анисимова Т.Ю. Зарубежный опыт управления энергетическими затратами // Проблемы современной экономики. 2010. №4. С.124-128.
4. **Михайлов С.Н.**, Балябина А.А. Региональные энергетические кластеры: проблемы и перспективы // Российское предпринимательство. 2008. № 10. Вып. 1 (120).
5. Подпрограмма «Реформирование и модернизация жилищно-коммунального комплекса Российской Федерации» федеральной целевой программы «Жилище» на 2002-2010 годы». [Электронный ресурс]. URL: <http://fcp.vpk.ru/ext/146/3.htm>.

*Яо Куаме И.А., студ.; рук. Е.П. Кутурина, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РЕСПУБЛИКЕ КОТ-Д'ИВУАР

Рынок ценных бумаг в Кот-д'Ивуаре начал возрождаться в конце 1993 г. после того как было принято постановление совета министров экономического и валютного союза государств Западной Африки (УЕМОА). В связи с этим постановлением был создан 18 декабря 1996г региональная фондовая биржа.

Эта биржа является общим для восьми стран Западной Африки: Бенин, Буркина-Фасо, Гвинея-Бисау, Кот-д'Ивуар, Мали, Нигер, Сенегал и Того. Ее штаб-квартира находится в Абиджане, здесь же - компьютеризованная биржевая площадка. Национальные антенны (представительства) биржи имеются в восьми странах - участниках УЕМОА. В их задачи входит централизация и передача заказов от компаний по управлению и посредничеству в Центральный офис, обеспечение распространения информации о бирже, пропаганда преимуществ биржи, а так же мобилизация вкладов резидентов; преумножения финансовых средств предприятий и организаций с целью стимулирования их экономической активности и привлечения иностранного капитала.

Компании по управлению и посредничеству (КУП), по сути своей являются биржевыми брокерами, выполняющими поручения по покупке и продаже акций и облигаций, но занимающиеся также первичным размещением ценных бумаг. В настоящее время функционирует 16 таких компаний, причем половина из них - в Кот-д'Ивуаре, 3 - в Бенине, и по одной в остальных 5 странах (в Гвинее-Бисау таких компаний нет). Для того чтобы КУП были профессионально заинтересованы в успешной деятельности

биржи, они участвуют в ее капитале. КУП вправе сами устанавливать размер комиссионных за проведение операций. На рынке присутствуют более 40 компаний и имеются две площадки по торговле акциями, и одна облигациями. В небольших масштабах используются производные финансовые инструменты - опционы на приобретение акций (только для акций ивуарской компании Фильтисак).

Влияние рынка на субрегиональную экономику зачастую носит ограниченный характер. Во-первых, из 46 компаний - 37 ивуарских, компании остальных стран-членов ЮЕМОА представлены на бирже слабо за исключением Бенина, у которого котируются 3 компании и функционируют также 3 КУП притом, что экономика страны представляет всего 7-8% экономики УЭМОА, что говорит о значительной степени присутствия бенинцев на бирже. Многие еще не осознали преимуществ привлечения заемных средств на бирже, а не в банках, считая это не самым надежным финансовым инструментом. Некоторые частные компании не хотят раскрывать свою отчетность, а также боятся потерять контроль над компанией, в случае продажи пакета акций сторонним инвесторам. Ряд компаний просто не в состоянии выйти со своими акциями на биржу, из-за того, что их капитализация ниже порогового предела. В данной связи руководство биржи планирует создать еще несколько торговых площадок для небольших компаний, для чего необходимо внесение соответствующих изменений в общий устав биржи. Ожидается, что капитализация биржи значительно возрастет после выхода на нее компаний, которые будут образованы в результате приватизации государственных монополий. Однако некоторую неопределенность в отношении будущего биржи создает внутривосточная ситуация в Кот-д'Ивуаре. В принципе, в краткосрочной перспективе, до начала 2003 года ивуарский кризис (гражданская война) не оказывал негативного воздействия на фондовый рынок УЭМОА, котировки даже уверенно росли, однако поскольку кризис принял затяжной характер, на бирже наметился спад активности, и произошло снижение основных биржевых индексов. Основной индекс – BRVM 10, учитывающий движение котировок по 10 компаниям, ценные бумаги которых самые ликвидные. Начальный уровень (100 пунктов) – в сентябре 1998 года. По состоянию на конец 2002 года величина его была 75,15.

Библиографический список

1. <http://www.brvm.org/Default.aspx?tabId=36&language=fr-FR>
2. <http://africa.jeuneafrique.com/titre-bourse-valeurs-mobilieres-abidjan.html>
3. <http://fr.africatime.com/cote-d-ivoire/articles/bourse-regionale-des-valeurs-mobilieres-quand-la-cote-divoire-va>

МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В современных условиях место и роль России в мировой экономике и международных отношениях будут во многом определяться уровнем конкурентоспособности ее регионов. Основная национальная идея – добиться конкурентоспособности человека, деревни, города, страны. Но развитие любого региона невозможно в отрыве от развития страны в целом, и, наоборот, сильно зависит от приоритетов этого развития.

Оценка конкурентоспособности отдельно взятого региона Российской Федерации невозможна без оценки конкурентоспособности страны в целом. И прежде всего, необходимо дать оценку местоположению России в мировой системе хозяйствования, тем более что теперь, мы как никогда взаимосвязаны с основными 159-ю странами-членами Всемирной торговой организации.

Россия в рейтинге глобальной конкурентоспособности 2014-2015 заняла 53 место (поднявшись за последний год на 11 позиций вверх с 64 места). Рейтинг России в этом году показал небывалый рост, что является положительным показателем, однако следует изучить причины данного роста, прежде чем делать выводы. Положение России улучшилось во многом за счет макроэкономических факторов, в частности благодаря низкому уровню государственного долга и сохраняющемуся профициту бюджета. Несмотря на то, что российская экономика сейчас балансирует на грани рецессии, пока ее макроэкономические показатели выгодно отличаются от показателей ряда других стран [1].

Конкурентоспособность страны складывается из конкурентоспособности ее регионов. Основная национальная идея – добиться конкурентоспособности человека, деревни, города, региона, страны. Но развитие любого региона невозможно в отрыве от развития страны в целом, и, наоборот, сильно зависит от приоритетов этого развития. В данном исследовании был сделан акцент на Саратовской области. В начале 2014 году была проведена экспертная оценка и сравнение Саратовской области и Новосибирской области (региона – лидера). По итогам проведенной оценки для стабилизации и улучшения ситуации, повышения конкурентоспособности регионов, по мнению, бизнеса необходимо:

- Снизить налоги (44% опрошенных);
- Борьба с коррупцией (41% опрошенных);
- Улучшить доступ к финансированию (27% опрошенных);
- Повысить эффективность госаппарата (22% опрошенных).

Саратовская область относится к регионам с высоким научно-техническим и инновационным потенциалом. В области продолжает формироваться научно-инновационный комплекс, обеспечивающий непрерывность цикла «исследования – разработки – технологии - производство – рыночная реализация». Конечным результатом является серийным выпуск на промышленных предприятиях региона наукоемкой конкурентоспособной продукции. Запуск и реализация вышеуказанных проектов должны способствовать конкурентоспособности региона.

Идет активная работа по привлечению инвестиций в регион. Начиная с 2011 года, в Саратове был принят закон, освобождающий инвесторов, реализующих инвестиционные проекты на территории города, от уплаты налога земельного налога в течение пяти налоговых периодов. Для привлечения инвестиций уже на протяжении нескольких лет идет создание особой экономической зоны на территории Балаковского муниципального района Саратовской области. На территории района успешно работают такие предприятия как «Балаковские минеральные удобрения», «БалЭнергоМаш», «Аргон», «Балаково резинотехника», в июле 2014 года состоялось открытие металлургического завода компанией ЗАО «Северсталь», а также завода по производству технических газов ООО «Эр Ликид» и другие. [2]

На территории Красноармейского муниципального района планируется создание совместного российско-китайского предприятия по производству автобусов городского типа, нового маслоэкстракционного завода на базе работающего элеватора ООО «Волжский терминал», а также установка технологического оборудования по переработке подсолнечника с высокой степенью автоматизации.

Кроме этого, необходимо скорейшее развитие инфраструктуры Саратовской области. Это строительство нового аэропорта, улучшение дорожного полотна, а также реализация проекта МЦПС на границе Саратовской области РФ (р.п. Озинки) и Западно-Казахстанской области РК (с.Таскала). Планируемый комплекс позволит обеспечить высокий технологический уровень обработки груза, предложит региональному рынку новые конкурентоспособные услуги, снизит транспортно-производственные издержки, сформирует комфортные условия для потребителей. Комплексный подход к развитию Саратовского транспортного узла предполагает рассмотрение его в качестве составной части транспортной инфраструктуры Приволжского федерального округа, что предусматривает рациональное использование всех имеющихся мощностей транспортной инфраструктуры в интересах повышения конкурентоспособности всего российского трафика.

Все это говорит о большом потенциале Саратовской области. И успешная реализация указанных выше проектов позволит Саратовской области повысить уровень конкурентоспособности, занять ведущие позиции среди регионов России, а также менее болезненно пройти адапта-

цию к новым условиям функционирования и работы со Всемирной торговой организацией.

Библиографический список

1. Всемирный экономический форум: рейтинг глобальной конкурентоспособности 2014-2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>
2. Инвестиционное притяжение Саратовской области [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eg-online.ru/article/187728>

Секция 33
ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Председатель – заведующий кафедрой экономики и
организации предприятия, канд. экон. наук, проф.*
В.И. КОЛИБАБА

Секретарь – канд. экон. наук, доц. Л.И. ХАДЕЕВА

*Алексанина К.Э., студ.; рук. Е.С. Ставровский, к.т.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

**ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБЪЕКТОВ ЭНЕРГЕТИКИ**

В рыночной экономике оценка эффективности инвестиций осуществляется по критериям, соизмеряющим все виды доходов и все виды расходов по данному проекту за весь жизненный цикл объекта, т.е. от момента вложения первого рубля в разработку проекта до последнего года нормативного периода эксплуатации объекта или до момента завершения его существования.

Информационной базой для расчета эффективности инвестиций по всем критериям является поток платежей или (поток наличности), в который включаются все доходы и расходы по проекту для каждого года инвестиционного периода.

Поскольку нормативный период эксплуатации энергетических объектов достаточно продолжителен, для каждого года формируется поток наличности.

Текущие затраты рассчитываются с использованием сметы затрат, налоги – в соответствии с налоговым законодательством, инвестиции по годам – по нормативам капитальных затрат или с помощью сметы затрат по проекту.

Завершающим для каждого проекта является формирование потока наличности по годам инвестиционного периода и расчет эффективности вложения инвестиций. Если для реализации поставленной задачи предлагаются альтернативные проекты, указанные расчеты производятся по всем возможным альтернативам.

Поскольку в первые годы инвестиционного периода, т.е. в годы строительства объекта, вкладываются инвестиции, а объем продаж равен нулю, в первые годы потоки наличности имеют отрицательный знак. По мере строительства объекта и выхода его на проектную мощность объем продаж увеличивается, и поток наличности меняет знак с "минуса" на "плюс", что говорит о получении в эти годы дохода от реализации проекта.

Основные проблемы оценки эффективности энергетических объектов – достаточно длительный срок отрицательного потока наличности и вероятные существенные колебания денежных притоков по годам проекта.

Библиографический список

1. Самсонов В.С., Вяткин М.А. Экономика предприятий энергетического комплекса. Учебник: Издание второе. М.: Высшая школа, 2013.

*Галкина К.В., студ.; рук. Е.С. Ставровский, к.т.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

НОРМИРОВАНИЕ ТРУДА В ЭНЕРГЕТИКЕ

Для соблюдения нормальных условий труда, уровня его производительности, а также для планирования труда как составной части производственно-хозяйственной деятельности процесс труда необходимо нормировать.

Нормирование труда – установление меры затрат труда на изготовление единицы продукции или выработки продукции в единицу времени, выполнение заданного объема работ или обслуживание средств производства в определенных организационно-технических условиях.

Существуют следующие *виды норм*: норма времени, норма выработки, норма обслуживания, норма численности.

Для нормирования управленческого труда применяется также норма управляемости – количество людей, которыми может эффективно управлять один руководитель.

Нормирование труда в энергетике имеет ряд особенностей, связанных со спецификой отрасли. В соответствии с этим, нормы выработки и времени могут использоваться только в энергоремонтном производстве и неприменимы в основной деятельности энергетиков при производстве различных видов энергии и энергоносителей и снабжении ими потребителей, поскольку объем энергетического производства зависит только от потребителей.

Наиболее употребительны в энергетике нормы обслуживания и нормы численности. Однако и здесь возникают сложности, так как при многообразии энергетического оборудования трудно оценить, сколько и какое оборудование должен обслуживать один человек. Для этого применяются условные единицы: единица ремонтосложности энергооборудования (применимо практически для любого оборудования); либо чел·ч или нормо·ч (для обслуживания соответствующих видов энергетического оборудования). Для установления трудовых норм выработан ряд приемов и методов, получивших распространение в отечественной науке и практике.

Нормы труда могут быть пересмотрены по мере совершенствования или внедрения новой техники, технологии и проведения организационных либо иных мероприятий, обеспечивающих рост производительности труда, а также в случае использования физически и морально устаревшего оборудования.

*Громова Ю.Н., студ.; рук. А.Ю. Костерин, доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

РАЗВИТИЕ «БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА» В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ

«Бережливое производство» (Lean manufacturing) — это концепция управления, сводящая к минимуму объем энергетических и материальных потерь, которые сопровождают производственный процесс. Бережливое производство предполагает вовлечение в процесс оптимизации деятельности компании каждого сотрудника и максимальную ориентацию на потребителя.

Внедрение Lean требует адаптации его инструментов к специфике электроэнергетики при сохранении исходной философии. В концепции Lean выделяют пять основополагающих принципов:

- определить ценность каждого продукта;
- определить поток создания ценности каждого продукта;
- обеспечить непрерывное течение потока создания ценности;
- позволить потребителю «вытягивать» продукт;
- стремиться к совершенству.

Применяя данные принципы к электроэнергетике, необходимо отметить их значительные отличия от трактовок, используемых в традиционных для Lean «конвейерных» производствах.

Для эффективного внедрения концепции бережливого производства, помимо корпоративных инициатив, необходима поддержка со стороны

государства через настройку модели энергетического рынка и системы регулирования, стимулирующих к оптимизации производственных процессов.

Потенциальная выгода от перехода к бережливому производству в энергетике, несмотря на отраслевую специфику, значительна, и может привести к существенному снижению потерь энергии, потерь в производственных процессах и снижению транзакционных издержек.

Наибольший эффект от применения Lean в энергетике получают потребители, так как повысится надежность и качество энергоснабжения, а также уменьшится тарифная нагрузка за счет оптимизации потребности в капитальных вложениях.

Библиографический список

1. Царенко А.С. «Бережливое государство»: перспективы применения бережливых технологий в государственном управлении в России и за рубежом // Государственное управление. Электронный вестник. 2014. Вып. № 45.
2. <http://www.leanforum.ru/>

*Домашкин В.А., студ.; рук. А.Ю. Костерин, доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОЦЕНКА И ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Любой инвестиционный проект требует оценки своей привлекательности, т.е. требует ответа на вопрос о том, какую выгоду и при каком риске получит инвестор от реализации своего проекта.

Основу оценки эффективности инвестиционных проектов составляют показатели основанные на определении и соотношении затрат и результатов осуществления проекта с учетом источников их финансирования. В соответствии с «Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов» [1], расчеты рекомендуется проводить с использованием следующих показателей: срока окупаемости, чистого дохода, чистого дисконтированного дохода, индексов доходности, внутренней нормы доходности и других показателей.

Оценку эффективности инвестиционных проектов следует производить с учетом дисконтирования указанных показателей, т.е. путем приведения их к стоимости на момент сравнения. Это обуславливается тем, что денежные поступления и затраты осуществляются в различные временные периоды и, следовательно, имеют разное значение.

При определении экономической эффективности инвестиционных проектов необходимо учитывать риски, связанные с их осуществлением и

источники их финансирования. В качестве источников финансирования необходимо рассматривать собственные и привлекаемые.

Проект считается устойчивым и эффективным, если во всех установленных ситуациях интересы участников соблюдаются, а возможные неблагоприятные последствия устраняются за счет созданных запасов или возмещаются страховыми выплатами.

Таким образом, оценка эффективности инвестиционного проекта необходима, поскольку она позволяет определить его конечную ценность, реализуемость и привлекательность для возможных участников, способствует не только поиску, но и выбору лучшего источника финансирования проекта, с учетом возможностей организации.

Библиографический список

1. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов / Министерство экономики РФ, Министерство финансов РФ. М., ОАО «НПО «Издательство «Экономика», 2000.
2. **Гительман Л.Д.**, Ратников Б.Е. Экономика и бизнес в электроэнергетике. М.: Экономика, 2013.

*Зверева Ю.Д., студ.; рук. А.Ю. Костерин, доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ВЫБОР МЕТОДА ФОРМИРОВАНИЯ ТАРИФОВ НА ТЕПЛОВУЮ ЭНЕРГИЮ В ЭНЕРГОКОМПАНИЯХ

Тарифы на продукцию (услуги) энергокомпаний всегда оказывали существенное влияние на деятельность потребителей энергии вне зависимости от вида их деятельности. При этом работа самих энергокомпаний также существенно зависит от величины установленных тарифов на энергию.

В соответствии с федеральным законом №190-ФЗ «О теплоснабжении» и постановлением Правительства РФ №1075 «О ценообразовании в сфере теплоснабжения», энергокомпании могут формировать тарифы с области теплоснабжения следующими методами: методом экономически обоснованных расходов (затрат), методом обеспечения доходности инвестированного капитала, методом индексации установленных тарифов и методом сравнения аналогов [1,2].

Выбор метода формирования тарифов осуществляется каждой энергокомпанией самостоятельно. Основными факторами, влияющими на выбор метода являются: организационно-правовая форма юридического лица, наличие необходимой базы для расчета тарифа, особенности технологического процесса производства, наличие утвержденной схемы тепло-

снабжения и инвестиционной программы и др. Методы формирования тарифов на тепловую энергию можно разделить на две группы: краткосрочного и долгосрочного регулирования [3]. При расчете тарифов в сфере теплоснабжения должны быть определены нормативы удельного расхода топлива при производстве тепловой энергии, нормативы технологических потерь при передаче тепловой энергии и теплоносителя по тепловым сетям и нормативы запасов топлива.

В целом, выбор метода формирования тарифов на тепловую энергию оказывает большое влияние не только на величину тарифов на тепловую энергию, но и является основой эффективной работы теплоснабжающих организаций и обеспечения их деятельности в целом.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.07.2010 №190-ФЗ «О теплоснабжении».
2. Постановление Правительства РФ от 22 октября 2012 г. №1075 «О ценообразовании в сфере теплоснабжения».
3. Приказ ФСТ от 3 июня 2013 г. №760-э «Об утверждении методических указаний по расчету регулируемых цен (тарифов) в сфере теплоснабжения».

*Зоркина Ю.Д., студ.; рук. А.С. Тарасова, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Энергетика для экономики России является ключевой отраслью. Это определяется приоритетным развитием отраслей энергетики, испытывавшим по сравнению с другими отраслями наименьший спад производства в период проведения экономической реформы, их высоким ресурсным потенциалом, определяющей ролью в обеспечении валютных и бюджетных поступлений. Несмотря на улучшение показателей работы топливно-энергетического комплекса, ситуация в энергетике России остается сложной. Две трети основных производственных фондов топливно-энергетического комплекса выработали свой ресурс. Энергетика испытывает потребность в инвестициях.

При планово-распределительной системе энергетический комплекс постоянно получал крупномасштабные капиталовложения из государственного бюджета. В настоящее время предприятия энергетических отраслей не могут рассчитывать на постоянные долгосрочные государственные вложения и кредиты, а вынуждены ориентироваться на самостоятельный поиск источников финансирования.

Современное развитие энергетики требует больших капитальных вложений и инвестиций. Опыт эксплуатации объектов энергетики и реализации тепловой и электрической энергии подтверждает, что энергетический бизнес самодостаточный и прибыльный, поэтому инвестиции в энергетические проекты очень привлекательны.

Инвестиционные проекты в энергетических компаниях связаны, прежде всего, со строительством новых объектов (энергообъектов, станций и подстанций, линий электро- и теплопередач и др.), реконструкцией и техническим перевооружением существующих объектов. Особенности инвестиционных проектов являются: высокая капиталоемкость, большое количество организаций, участвующих в проекте, длительные сроки окупаемости проектов и многие другие факторы.

Каждое энергетическое предприятие планирует реализацию нескольких инвестиционных проектов. Для определения экономического эффекта от реализации каждого инвестиционного проекта проводится сравнительный анализ вариантов работы предприятия после сдачи объекта в эксплуатацию. Вывод о целесообразности инвестирования проводится по классическим показателям — NPV , IRR , PI , простому и дисконтируемому сроками окупаемости. Эффективность инвестиционной программы предприятия, состоящей из нескольких инвестиционных проектов, рассматривается как сумма эффектов от каждого проекта. При этом задача наилучшей инвестиционной программы, то есть портфеля инвестиционных проектов, решается каждой энергокомпанией самостоятельно. Также кроме выбора состава портфеля инвестиционных проектов на практике приходится решать и задачу сокращения инвестиционной программы. В этом случае необходимо определить, сколько инвестиционных затрат следует оставить в том или ином проекте портфеля, чтобы в целом программа осталась оптимальной по соответствующему критерию. В настоящее время также актуальна проблема оценки рисков инвестиционных проектов. Расчет рисков ограничивается на практике лишь анализом чувствительности, так как отсутствуют соответствующие методики, посвященные инвестиционному проектированию в энергетике.

Сформированный инвестиционный портфель энергетического предприятия нередко не отвечает возможностям его освоения и финансирования, например, такие ограничения вносят установленные регулируемыми органами тарифы. Нередко после формирования инвестиционного портфеля возникает задача выбора между проектами, какие следует оставить в программе текущего года, а какие — отложить. Поэтому необходимо выбрать из инвестиционного портфеля такие проекты, вероятность получения заданной прибыли по которым максимальна при минимальном риске ее получения.

Для выбора оптимального проекта или группы проектов инвестор должен учесть практически все аспекты экономической деятельности,

большинство из которых связано с неопределенностью и риском. Поэтому информация о проекте, должна быть как можно более полной, проверенной, и содержать анализ влияния различных факторов риска на реализуемость инвестиционных альтернатив. В настоящее время для решения данной проблемы необходимо разработать современную методику, которая будет учитывать специфические особенности энергетического бизнеса.

Библиографический список

1. **Тарасова А.С.** Управление финансово-инвестиционной деятельностью энергокомпании. Иваново: ИГЭУ, 2012.
2. **Сайфиева С.Н.** Влияние инноваций на развитие ключевых отраслей экономики России. М., 2006.

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

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Основой энергосбережения на предприятии является создание системы энергетического менеджмента - системы управления энергоресурсами. Энергетический менеджмент представляет собой совокупность технических и организационных мероприятий, направленных на повышение эффективности использования энергоресурсов. Энергоменеджмент представляет собой грамотное, гибкое, непрерывное и научно обоснованное управление энергетическими ресурсами производства.

Основные этапы энергетического аудита

1. Получение информации об объекте энергоаудита

Внедрение энергетического менеджмента начинается с проведения энергоаудита. Он необходим для любой организации, которая хотела бы контролировать энергозатраты и затраты на коммунальные услуги.

Основная цель мероприятий энергетического аудита состоит в сборе достоверной информации об объеме используемых энергетических ресурсов, о показателях энергетической эффективности, выявления возможностей энергосбережения и повышения энергетической эффективности с отражением полученных результатов в энергетический паспорт.

На данном этапе также проводится изучение топливно-энергетических потоков по объекту в целом и отдельным подразделениям, составляется топливно-энергетического баланс предприятия, который является основной для оценки правильности выбора энергоносителей, прогнозная оценка потребления энергоносителей.

2. Анализ эффективности использования топливно-энергетических ресурсов объектом

На данном этапе производится расчет ключевых данных (в том числе удельное потребление энергии на единицу произведенной продукции) по предприятию в целом и для отдельных особо энергоемких установок и систем. Эти данные могут быть использованы для сравнительного анализа с целью изучения воздействия мер по энергосбережению на объем производства и другие параметры. Также производится сравнительный анализ данных с аналогичными данными других предприятий для оценки общей эффективности производства.

Целью данного этапа является критический анализ отобранной информации для того, чтобы предложить пути снижения затрат на энергоресурсы. Существуют три основных способа снижению энергопотребления: исключение нерационального использования, устранение потерь и повышение эффективности преобразования.

3. Планирование энергосбережения

После проведенного аудита осуществляется мониторинг и планирование необходимых мероприятий по устранению выявленных недостатков в энергопотреблении.

Мониторинг означает сбор данных о потреблении и их сопоставление с основными показателями объема производства непосредственно в процессе деятельности предприятия.

Планирование энергосбережения осуществляется при помощи составления рекомендаций по объекту. Энергосберегающие рекомендации разрабатываются путем применения типовых методов энергосбережения к выявленным на этапе анализа объектам с наиболее расточительным или неэффективным использованием энергоресурсов.

4. Составление программы мероприятий по энергосбережению

Программы организационно-технических мероприятий по экономии топлива, тепловой и электрической энергии разрабатываются на всех уровнях управления и группируются по основным направлениям экономии применительно к производству продукции.

В энергосбережении выделяют следующие группы мероприятий, обеспечивающие эффективное энергоиспользование и рациональное использование топливно-энергетических ресурсов: научно-технические, организационно-экономические, нормативно-технические, информационные и правовые.

5. Оформление документации по итогам обследований

По результатам проведенных энергетических обследований (энергоаудита) должна оформляться следующая техническая документация: полный отчет о проделанной инженерами-исследователями работе, в котором указаны результаты инструментального аудита, топливно-

энергетического баланса, расчетные материалы, программа организационно-технических мероприятий и энергетический паспорт.

Библиографический список

1. Андрижневский А.А. Энергосбережение и энергетический менеджмент. Минск: Технопринт, 2005.

*Иванов Д.В., Мазунова П.А., студ.; рук. Д.А. Лапченко
(БНТУ, г. Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕМ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА РЕЗЕРВОВ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ

Энергосбережение - организационная, научная, практическая, информационная деятельность государственных органов, юридических и физических лиц. Эта деятельность направлена на снижение расхода (потерь) топливно-энергетических ресурсов в процессе их добычи, переработки, транспортировки, хранения, производства, использования и утилизации.

Важнейшая роль в области энергосбережения отводится промышленным предприятиям. Программа энергосбережения на промышленных предприятиях представляет собой комплекс связанных между собой мероприятий по технологии, энергетике, экономике и управлению. Однако, несмотря на все усилия в области энергосбережения, установления энергоемкости ВВП Беларуси до европейских значений на сегодняшний день не достигнуто. Основными причинами этого можно считать следующие.

а) Отсутствие должной государственной поддержки промышленных предприятий в области энергосбережения

б) Недостаток финансовых средств для внедрения энергосберегающих программ.

в) Отсутствие системы материального и морального поощрения за экономию и повышение эффективности использования энергетических ресурсов.

г) Несовершенство учета и методического обеспечения технико-экономического анализа эффективности использования энергоресурсов на промышленных предприятиях.

С учетом требований системности комплексный технико-экономический анализ эффективности использования энергоресурсов на промышленном предприятии должен включать в себя следующие три основных блока анализа:

1. Анализ организационно-технического уровня энергохозяйства, целью которого являются:

- определение состояния техники и технологии
- мониторинг расхода топливно-энергетических ресурсов;
- нормирование энергопотребления;
- планирование потребления топливно-энергетических ресурсов и мероприятий по повышению эффективности их использования;
- разработка энергосберегающей системы организации производства, обеспечивающей максимальную загрузку и эффективность работы установок и агрегатов; рациональное использование первичных и вторичных энергоресурсов;

2. Анализ эффективности организационно-технических мероприятий по рациональному использованию энергоресурсов, включающий:

- разработку и реализацию плана мероприятий на основе выбранных приоритетных направлений с целью создания и внедрения энергосберегающих технологий, оборудования и материалов;
- разработку механизма финансирования программ энергосбережения, при этом необходима организация материального и морального стимулирования рационального использования энергоресурсов.

3. Анализ использования энергоресурсов. Целью анализа является определение уровня эффективности энергоиспользования и возможных направлений энергосбережения. Анализ использования энергоресурсов включает:

- исследование объема и структуры используемых топливно-энергетических ресурсов. На этом этапе определяется удельный вес энергетических затрат в составе материальных затрат и себестоимости продукции; анализируется объем и динамика изменений;
- анализ обеспеченности производства топливно-энергетическими ресурсами. На этом этапе оценивается степень обеспеченности предприятия топливно-энергетическими ресурсами собственными и внешними источниками;
- определение эффективности использования энергетических ресурсов. Этот этап предполагает расчет и анализ частных и обобщающих показателей эффективности энергоиспользования, наиболее важными из которых являются: энерго- и электровооруженность труда; энерго-, электроемкость основных производственных средств; энерго-, электро- и теплоемкость.

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ТАРИФОВ НА ТЕПЛОВУЮ ЭНЕРГИЮ

Грамотная ценовая политика, ценовая стратегия и тактика – основа успешной деятельности любой организации. Цена является денежным выражением стоимости товара (работ, услуг). Считается, что основными факторами, влияющими на уровень цен в рыночной экономике, являются спрос и предложение. Издержки производства влияют на конкурентные цены только в той степени, в какой влияют на кривую предложения. Вместе с тем, без анализа соотношения «затраты – цена – объем продаж» коммерческое ценообразование невозможно [1].

Реформы инфраструктурных секторов предъявляют новые требования к системе государственного регулирования. В соответствии с законодательством государственному регулированию подлежат организации инфраструктурного сектора - субъекты естественных монополий и организации коммунального комплекса.

Приоритетами Правительства Российской Федерации в государственном регулировании компаний инфраструктурных отраслей, включая монопольные сферы их деятельности, являются следующие направления:

- переход на долгосрочное тарифное регулирование;
- реализация комплекса мер по сдерживанию цен (тарифов) естественных монополий с целью создания условий для развития полноценной конкуренции, для стимулирования развития и модернизации естественных монополий в целях обеспечения доступности их услуг;
- повышение открытости, качества и гражданского (общественного) контроля осуществления функций государственного регулирования;
- защита интересов потребителей товаров (услуг) организаций инфраструктурного сектора, осуществляющих регулируемые виды деятельности.

В целях обеспечения умеренного роста цен и тарифов на товары (услуги) естественных монополий принято решение о переносе с 2014 на 2015 год индексации тарифов для всех категорий потребителей, кроме населения, на газ (оптовые цены), услуги сетевых организаций в электроэнергетике, на железнодорожные перевозки грузов в регулируемом секторе. В 2015 - 2016 годах предусмотрено ограничение повышения тарифов для потребителей, кроме населения, уровнем прошлогодней инфляции.

Перенос повышения тарифов для потребителей, кроме населения, с 2014 на 2015 год и ограничение их повышения в дальнейшем уровнем прошлогодней инфляции будет сдерживать рост издержек и перераспределит доходы от инфраструктурных секторов экономики в пользу энергоемких промышленных отраслей.

Рост регулируемых тарифов на отпущенные товары (услуги) для населения в 2014 - 2016 годах ограничен понижающим коэффициентом 0,7 к уровню инфляции за предшествующий год [2].

Регулирование цен (тарифов) на тепловую энергию осуществляется в соответствии с методами расчета тарифов, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 22.10.2012 № 1075 «О ценообразовании в сфере теплоснабжения» [3].

При регулировании тарифов в сфере теплоснабжения используются следующие методы:

- а) метод экономически обоснованных расходов (затрат);
- б) метод обеспечения доходности инвестированного капитала;
- в) метод индексации установленных тарифов;
- г) метод сравнения аналогов.

В Ивановской области с 1 января 2015 года функции по регулированию тарифов возложены на Департамент энергетики и тарифов Ивановской области, который является центральным исполнительным органом государственной власти Ивановской области [4].

Можно сделать вывод, что государственное регулирование тарифов обеспечивает баланс экономических интересов между производителями и потребителями услуг.

Библиографический список.

1. Паламарчук А. С. Практика формирования цен на продукцию, товары, услуги // Справочник экономиста. 2011. №2.
2. Отчет Федеральной службы по тарифам о результатах деятельности в 2013 году и задачах на среднесрочную перспективу.
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 22.10.2012 № 1075 (ред. от 03.12.2014) «О ценообразовании в сфере теплоснабжения».
4. Постановление Правительства Ивановской области от 25.12.2014 № 577-п «Об утверждении Положения о Департаменте энергетики и тарифов Ивановской области».

*Карпухин Д.Н., студ.; рук. В.И. Колибаба, д.э.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

АЛЬТЕРНАТИВНАЯ КОТЕЛЬНАЯ, КАК МЕТОД РЕГУЛИРОВАНИЯ ТАРИФОВ В СФЕРЕ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ

Теплоснабжение – является социально значимой отраслью, базовой отраслью жилищно-коммунального хозяйства. По данным Министерства Энергетики РФ за последние годы показатели износа основных фондов теплоснабжения выросли до 65-70 процентов, коэффициент использования установленной тепловой мощности электростанций не превышает 50 про-

центов, сократилась протяженность тепловых сетей более чем на 13,5 тыс.км, потери в тепловых сетях выросли до 20 процентов, также увеличился расход электроэнергии на перекачку теплоносителя до 40 кВт.ч/Гкал.

Министерством Энергетики РФ была разработана новая целевая модель рынка тепловой энергии, которая предусматривает создание условий для возникновения новой сбалансированной системы отношений между всеми участниками процесса теплоснабжения, основанной на экономических стимулах к повышению эффективности, надежности и качеству ее функционирования, при справедливой цене на тепловую энергию для конечных потребителей.

Задачами новой целевой модели рынка тепловой энергии являются:

- формирование конкурентного рынка тепла;
- привлечение инвестиций в отрасль;
- долгосрочное тарифообразование;
- решение проблемы перекрестного субсидирования между теплом и электроэнергией;
- повышение эффективности работы компаний.

Новая модель правил отрасли теплоснабжения характеризуется:

- установлением справедливых цен для потребителей на принципах конкуренции с альтернативными видами теплоснабжения – ограничение тарифом «Альтернативной котельной»;
- наличием Единой теплоснабжающей организации – единого закупщика и продавца в зоне своего обслуживания, владельца самых крупных активов в системе централизованного теплоснабжения;
- надежностью и качеством теплоснабжения потребителей, а также финансовой ответственностью перед потребителем.

Основным инструментом для решения указанных задач является тариф «Альтернативной котельной».

Тариф «альтернативной котельной» - наименьшая цена на тепловую энергию у потребителя, при которой окупается проект строительства новой котельной, замещающей теплоснабжение от централизованных источников.

Цена «альтернативной котельной» является естественным пределом цены для конечных потребителей, создающим конкурентную среду в отрасли: он определяет уровень отказа от централизованного теплоснабжения там, где оно неконкурентоспособно.[2]

Существует несколько мнений по поводу нового тарифа. Федеральная антимонопольная служба выступает против альтернативной котельной как метода расчета тарифов за тепло, называя данный метод абстракцией, которая не соответствует действительности. Мотивируя это тем, что вероятность, получения условий при которых возможно существование альтернативной котельной, крайне мала. Это соответствует действительности,

так как цена альтернативной котельной формируется под идеальные условия. Федеральная служба по тарифам предлагает принять концепцию альтернативной котельной лишь как один из вариантов регулирования на выбор региона. Минэкономики поддерживает альтернативную котельную, утверждая, что этот метод должен быть «единственным и целевым». Если альтернативная котельная будет лишь одним из методов, то муниципалитеты, которые „нетарифицированы“, выберут альтернативную котельную, а те, в которых тариф выше, выберут другие методы и таким образом поднимут тариф.

Тариф «альтернативной котельной» поможет очистить рынок от неэффективных и неконкурентоспособных производителей тепла. Заставит некоторые компании пересмотреть свои подходы к выработке тепла, чтобы сделать их более эффективными: оптимизировать расходы, снизить себестоимость производства и т.д. А также поможет эффективным производителям привлечь дополнительные средства на модернизацию оборудования.

Определяющими условиями надлежащего функционирования тарифа «альтернативная котельная» являются его исключительность и целевой характер, иначе данный тариф теряет смысл.

Апробация новой целевой модели рынка, с расчетом тарифа «альтернативной котельной», начнется с 11 городов РФ.

Библиографический список

1. Министерство Энергетики РФ. Энергостратегия. Перспективы и стратегические инициативы развития топливно-энергетического комплекса.
2. **Храпков А.А.** Политика в теплоснабжении. М., 2014.

*Кириенко А.С., студ.; рук. Хадеева Л.И., к. э. н, доц.,
Матвиевская Н.Ю., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ БАНКОВСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Банковская конкуренция представляет собой постоянное соперничество банков за укрепление своего рыночного положения. Сфера банковской конкуренции не ограничивается рынком банковских услуг, она распространяется на финансовый рынок, а также на все другие рынки ресурсов, товаров и услуг.

Банковская конкуренция имеет ряд отличительных особенностей, которые будут рассмотрены ниже.

1. Ведущей особенностью является такое специфическое свойство товара, которым оперируют финансовые организации, как всеобщая экви-

валентность денег. Денежные средства – это абсолютно ликвидный товар, который довольно трудно поддается замещению другими товарами. Деньги обладают ничем не заменимой способностью поддерживать жизнедеятельность банка при различных изменениях как в самом банке, так и во внешней среде. В связи с этой особенностью банк функционирует как важнейшая саморегулирующаяся система, жизненно необходимая обществу. И эта незаменимость придает конкуренции, осуществляемой в сфере предоставления банковских услуг, более острый характер.

2. Рынки финансовых услуг все чаще имеют дело с финансовыми инструментами. Банковские рынки привлекают к себе лучшие умы. Сочетание интеллектуальных способностей с компьютерными технологиями предполагает широкое поле для фантазий, которые, как показывает практика, не имеют границ (например, введение произвольно меняющихся индексов-коэффициентов и т.д.). Но, подобные финансовые нововведения таят в себе немало опасностей для стабильности всей системы, которые. В данном случае предпочтение следует отдавать поддержанию стабильности.

3. Особенность конкуренции на рынке банковских услуг, отличающая ее от конкуренции на товарных рынках, связана с подвижностью финансового капитала. Финансовый капитал является более мобильным, чем физические инвестиции, он может избегать страны, в которых подвергается высоким налогам и строгому регулированию. Кредитные организации как субъекты, обеспечивающие соответствующую направленность движения финансового капитала, играют в этом процессе ключевую роль. Для рынка банковских услуг не существует географических границ, экономических барьеров. Поэтому мобильность финансовых потоков значительно выше. «Электронные деньги» могут быть перемещены из одной точки в другую вне зависимости от расстояния.

4.Ещё одна особенность- приближенность к экономическому центру кредитной организации создает ей более весомые конкурентные преимущества. В данном случае имеется в виду тяготение финансового капитала к повышающим конкурентоспособность возможностям, которые предоставляет центр (наличие высококвалифицированных специалистов, высоких технологий, развитых информационных систем и т. п., включая высокий уровень деловой активности).

5. Рынок банковских услуг характеризуется более глубоким вовлечением в процесс глобализации экономики. Глобализация экономики характеризуется изменениями мировой экономической структуры, произошедшими за последние два десятилетия. Более того, финансовый рынок не просто вовлечен в процесс глобализации экономики, но и выступает механизмом данного процесса, благодаря чему произошло возникновение мировой финансовой сети, соединяющей ведущие финансовые центры разных стран, укрепление и углубление связей между этими центрами, меж-

дународная финансовая интеграция и быстрое развитие финансовых инноваций.

6. Особенностью рынка банковских услуг, влияющей на формы и способы конкурентной борьбы, является активное нежелание конкурирующих субъектов испытывать на себе какое-либо регулирующее воздействие уполномоченных государственных органов. В то же время они надеются на то, что если настоящие условия ухудшатся, то власти вмешаются. Т.о., конкуренция на финансовых рынках принимает скрытые формы.

7. Конкуренция на рынке банковских услуг существенно отличается тем, что кредитные организации обычно оперируют с привлеченными средствами, объем которых значительно выше собственных средств. Это является одной из причин того, что кредитные организации находятся в высочайшей степени зависимости от надежности своих контрагентов. Так как на финансовом рынке заключается множество подобных сделок с большим количеством различных контрагентов, то в результате этого образуются цепочки взаимозависимых сделок. В силу упомянутой выше множественности подобных сделок возникает хорошо известный финансовому рынку "эффект домино", при котором банкротство одной кредитной организации неминуемо влечет за собой несостоятельность другой, и т. д.

8. Специфический характер на рынке банковских услуг приобретает такая форма ведения конкурентной борьбы, как создание объединений юридических лиц - объединений, предполагающих отношения власти и подчинения, а также разнообразные формы зависимости между участниками финансового рынка. Контролирующие организации зачастую скрывают от собственников совершение важных финансовых операций, непосредственно затрагивающих их интересы, либо искусственно уменьшают биржевую цену акций путем выплаты заниженного дивиденда по ним или с помощью финансовых махинаций, с тем, чтобы выкупить ценные бумаги у миноритарных акционеров по выгодному для себя курсу, и т. п. Кроме того, рассматриваемая форма ведения конкурентной борьбы на рынке банковских услуг в случае осуществления контролирующими и зависимыми обществами различных видов финансовой деятельности характеризуется в некоторых случаях отсутствием у регулирующих органов формальных оснований для применения антимонопольных санкций.

Библиографический список

1. Банковское дело: учебник для вузов / под ред. Г. Белоглазовой, Л. Кроливецкой. СПб.: Питер, 2010.
2. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cfin.ru>

*Куасси Я.Д., студ.; рук. А.Ю. Костерин, доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Повышение энергетической результативности является одной из самых важных целей в современном мире. Оно включает в себя эффективное использование энергоресурсов, уменьшение выбросов в атмосферу парниковых газов, других воздействий на окружающую среду, а также снижение затрат и управление энергетическими ресурсами. Поставленные цели может быть достигнуты посредством внедрения и развития на предприятиях системы энергетического менеджмента.

Система энергетического менеджмента – это набор взаимосвязанных или взаимодействующих элементов, используемых для разработки и внедрения энергетической политики и энергетических целей, а также процессов и процедур для достижения этих целей [1]. Применение энергетического менеджмента в организации – это инновационное решение, которое может быть связано с модернизацией существующего производства и управления в области энергосбережения.

С 1 декабря 2012 года в РФ введен в действие ГОСТ Р ИСО 50001-2012 «Системы энергетического менеджмента. Требования и руководство по применению», который может быть внедрен в любой организации независимо от её размеров и отраслевой принадлежности, желающей соответствовать требованиям энергетической политики, продемонстрировать такое соответствие бизнес-партнерам и получить документальное подтверждение соответствия (сертификацию) своей системы энергетического менеджмента.

Таким образом, система энергетического менеджмента становится неотъемлемой частью системы модернизации предприятия. Вместе с тем создание системы и ощутимые результаты от ее работы в большой степени зависят от отношения к ней руководства предприятия, его заинтересованности и инициативы.

Библиографический список

1. ГОСТ Р ИСО 50001-2012 «Системы энергетического менеджмента. Требования и руководство по применению».
2. Федеральный закон РФ №261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО РЕЙТИНГА ЭНЕРГОКОМПАНИИ

В современных условиях становятся особенно актуальными вопросы формирования инвестиционных рейтингов энергокомпаний. В данный момент в специальной и общеэкономической литературе отсутствуют работы, которые определяют теоретические основы рейтинговых систем применительно к объектам электроэнергетики России.

Оценка рейтинговых агентств часто используется в государственном регулировании рыночных институтов. Многие пенсионные и взаимные фонды просто не имеют права инвестировать средства в покупку тех или иных облигаций, если агентства присвоили им рейтинги ниже инвестиционного уровня. В настоящий момент крупнейшие фондовые рынки мира охвачены волной скандалов, связанных с многочисленными случаями конфликта интересов в инвестиционных банках, аудиторских фирмах, квазирегулирующих организациях. Профессиональные участники рынка и эмитенты уже имели случай убедиться в том, насколько дорого может им обойтись потеря доверия инвесторов. В силу указанных выше причин сомнения в объективности оценок ведущих рейтинговых агентств могут иметь еще более серьезные последствия для рынка ценных бумаг.

Компании, занимающиеся оценкой инвестиционной привлекательности, имеют различные методики оценки. В инвестиционной банковской группе «НИКОЙЛ» анализ, как правило, проводится по отдельным составляющим. К ним, в частности, относятся: информационная открытость эмитента; социально-экономическое положение в регионе; структура потребляемых компанией энергоносителей (гидроэнергии, газа, угля, нефти, прочих); способность компании самостоятельно удовлетворять энергетические потребности региона; размеры компании, участие компании в экспортных операциях, темпы изменения основных показателей деятельности компании др. Перечисленное показывает, что авторами методики, используемой в ИБГ «НИКОЙЛ», использован достаточно широкий круг не только показателей, но и отдельных экономических категорий. Так, информационная прозрачность эмитентов оценивалась: по количеству и качеству информации (информация о собраниях акционеров, выплатах дивидендов, новых эмиссиях), наличии подробных годовых отчетов и балансов энергокомпаний. Эффективность производственной деятельности компаний оценивалась показателями рентабельности по чистой и балансовой прибыли. Характеристика задолженности компании давалась по показателям соотношения дебиторской и кредиторской задолженностей и собираемости платежей. Для акционеров-совладельцев энергетических компаний

помимо стоимости самих акций существенное значение имеет размер дивидендов. При оценке компании по приведенным критериям ей присуждается определенный балл. Сумма баллов по каждой компании с учетом весовых коэффициентов, учитывающих значимость того или иного критерия, даёт итоговый рейтинг энергопредприятия.

Библиографический список

1. **Горюнов П.В.** Организационно-методические основы формирования системы рейтинговых оценок объектов электроэнергетики России // Аудит и финансовый анализ. 2006. №2.
2. **Миронов Е.В.** Международные рейтинговые агентства: странные игры [Электронный ресурс]. URL: www.rcb.ru

*Лебедева Я.А., студ.; рук. А. Ю. Костерин, доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ЭНЕРГЕТИКЕ

Для российской экономики 2014 год стал одним из самых неблагоприятных за последние десять лет. На сегодняшний день приток капитала в Россию в виде портфельных и прямых инвестиций, депозитов и кредитов даже наполовину не покрывает потребность страны в инвестировании и в энергетику, в частности.

Для привлечения денежных средств необходимо не только создание благоприятных экономических условий реализации инвестиционных проектов, но и детальная проработка каждого инвестиционного проекта.

Оценка экономической эффективности проекта в современных экономических условиях имеет множество проблем:

– достоверность запланированных технико-экономических показателей реализации проектов – плановые значения показателей тепло- электроснабжения зависят не только от деятельности энергокомпании или особенностей реализации инвестиционного проекта, а главным образом от потребителей;

– определение стоимости реализации инвестиционного проекта – оборудование для энергокомпаний зачастую закупают за рубежом, а изменение курса валют может серьезно изменить стоимость реализации проекта;

– финансирование инвестиционного проекта энергокомпаний – большинство инвестиционных проектов энергокомпаний реализуется за счет привлекаемых денежных средств, поэтому существуют риск прекра-

шения финансирования проекта по причине отказа или ненадежности инвестора.

Для решения проблем реализации инвестиционных проектов в современных экономических условиях необходимо многовариантность прогнозов технико-экономических показателей реализации проектов, ориентация на современное оборудование отечественных производителей, финансирования проектов, в основном, за счет собственных финансовых ресурсов и т.д.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.07.2010 №190-ФЗ «О теплоснабжении».
2. Методические рекомендации от 22 октября 2012 г. №1075 «О ценообразовании в сфере теплоснабжения».

*Морозова М.С., студ.; рук. Е.С. Ставровский, к.т.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

В условиях кризиса первостепенной задачей для любого предприятия в первую очередь становится повышение уровня конкурентоспособности, одним из важнейших параметров которого является качество имеющегося персонала, а именно: его квалификация, степень сплоченности, потенциал, лояльность к предприятию и уровень мотивации его к производительному труду. Качества руководителей играют очень важную роль в обеспечении эффективной деятельности предприятия, однако его стабильность и конкурентоспособность зависят, прежде всего, от качеств «среднего» персонала, которые определяются существующей системой управления трудом.

Во-первых, в кризисной ситуации следует оптимизировать и даже сократить бюджет. Любое бюджетирование расходов на персонал начинается с анализа его численности. Итак, первое с чего начинаются антикризисные мероприятия – с оценки персонала и его оптимизации. Сотрудников необходимо оценивать с точки зрения управленческой ценности (принадлежность сотрудника к определенной категории персонала в рамках традиционной управленческой иерархической пирамиды), лояльности (лояльность личную, к руководителю или лидеру, и лояльность к компании), обладания административными ресурсами и связями. Необходимо определить две составляющие оценки – результативность/эффективность сотрудника и его потенциал. При этом

следует оценить всех сотрудников предприятия, выбирая наиболее эффективных/результативных и обладающих наибольшим потенциалом.

После оценки персонала становится ясно, что части компетентного персонала не хватает, и необходимо искать его на рынке труда. Многие руководители считают, что в условиях кризиса необходимо работать только со старыми сотрудниками, причем оставлять в компании необходимо их минимальное количество, однако это в корне неверно. Стратегия подбора персонала в условиях кризиса: нацеленность на потенциал, нацеленность на функции. Специфика подбора: повышение качества подбора (точно знаем кого и куда), формирование профиля должности, качество программы адаптации, оценка в процессе адаптации.

Далее важнейшим вопросом становится мотивация персонала. Существует множество классификаций мотивационных факторов: управленческая и системная, индивидуальная и коллективная, внешняя и внутренняя, монетарная и немонетарная, поощрительная и наказательная.

Но в условиях кризиса основной мотивационный фактор – страх. Вариантов страха может быть несколько – это страх потерять работу, страх зарабатывать меньше какого-то минимума, страх потерять статус и т.д. Итак, что же должно происходить на предприятии в условиях кризиса?

Оклады должны подвергаться тщательному мониторингу. Ситуация в период кризиса меняется крайне быстро, и реагировать нужно с такой же скоростью. Премии обязательно должны присутствовать у всех сотрудников компании. Критериями премирования должна стать эффективность или результативность работы. Что касается социального пакета, то сотрудникам необходимо предоставить возможность выбора льгот (оптимизировать бюджет получится именно за счет выбора). Но при этом в социальном пакете необходимо максимально оставить услуги, которые являлись корпоративными и были направлены на формирование ощущения заботы со стороны компании.

Необходима также особая специфика бюджетирования расходов на персонал: определение списка необходимых (фонд оплаты труда, премирование, льготы и т.д.) и желательных расходов.

Таким образом, в условиях кризиса следует особое внимание обратить на оптимизацию численности персонала, подбор компетентных кадров, а также не забывать и о таком важнейшем факторе как мотивация.

Библиографический список

1. <http://www.rhr.ru/>
2. <http://www.cfin.ru/>

*Ногтева И.В., студ.; рук. А.Ю. Костерин, доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭНЕРГОКОМПАНИИ

Бизнес-планирование в энергетике – это процесс по обоснованию необходимости разработки инвестиционного проекта, возможности его реализации, улучшения ключевых показателей деятельности энергокомпании.

Основные цели бизнес-планирования – решение вопроса об инвестициях и поиск информации для лиц, непосредственно реализующих проект. Однако поиск инвесторов и реализация бизнес-плана для энергетической компании имеет свои особенности.

Основными документами, в соответствии с которыми разрабатывается бизнес-план энергетической компании, являются стандарт и регламент бизнес-планирования. При разработке бизнес-плана энергокомпании особое внимание необходимо уделить следующим аспектам:

- программе производства и реализации электрической и тепловой энергии и мощности (объемы реализации, тарифы, выручка);
- сводному балансу электрической мощности;
- инвестиционной программе энергокомпании, от наличия которой зависит возможный метод формирования тарифов;
- смете затрат и плану прибылей и убытков;
- прогнозу движения денежных средств – отражает планируемое движение потоков денежных средств компании;
- плану мероприятий по достижению контрольных показателей эффективности (КПЭ) – составляется в процессе разработки бизнес-плана для обеспечения установленных для компании заданий по КПЭ.

Таким образом, задачи обновления и модернизации энергетических компаний требуют не только новых и эффективных технологий, дополнительных финансовых ресурсов, но и их эффективного использования, основой которого является система бизнес-планирования.

Библиографический список

1. **Кутурина Е.П.**, Тарасова А.С. Бизнес-планирование: учеб. пособие / ГОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина». Иваново, 2011.
2. **Хадеева Л.И.** Экономика и управление в электроэнергетике России: учеб. пособие / ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина». Иваново, 2012.

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Привлечение инвестиций является одной из основных задач решаемых на энергетических предприятиях. Инвестиции позволяют создать мощный импульс для финансово-хозяйственного развития организации, что в современных рыночных условиях является необходимым.

Инвестиции – денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта[1].

Решая вопрос о привлечении инвестиций руководитель должен определить и источник их привлечения. Это может быть:

- зарубежные и отечественные банки;
- государственные и частные компании;
- различные фонды;
- частные лица;
- государственные и местные программы.

Кроме того денежные средства могут быть получены от различных операций на рынке недвижимости и с ценными бумагами, средств от развития собственного бизнеса и сдачи собственного имущества в залог.

Инвестиционный проект - обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений, в том числе необходимая проектная документация, разработанная в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также описание практических действий по осуществлению инвестиций (бизнес-план) [1].

Принимая решения касающиеся инвестиционного проекта необходимо оценить экономическую эффективность данного проекта. При этом нередко возникает вопрос о том, какие учитывать критерии эффективности. Необходимо решить, что важнее: меньший риск или большая эффективность? Из этого следует, что любое решение руководителя требует системного подхода к анализу данного вопроса. Важно выделить объективные методы оценки инвестиционных проектов, которые учитывали бы экономическую, производственную, социальную, экологическую и даже существующую политическую ситуацию в каждом отдельном случае.

Для того чтобы выявить наиболее важные факторы, оказывающие значительное влияние на инвестиционный проект используют анализ чувствительности проекта. Он позволит не только проверить степень воздей-

ствия каждого из заданных факторов на эффективность проекта, но и определит наиболее критические из них. Моделируя различные значения переменных, можно наблюдать изменение результирующих показателей, что приведет к наглядному выводу об эффективности привлечения инвестиций в данный проект.

В качестве основных показателей для расчета эффективности инвестиционного проекта используют: чистый доход (NV - Net Value); чистый дисконтированный доход (NPV - Net Present Value); рентабельность инвестиций (ROI - Return on Investment); внутреннюю норму доходности (IRR - Internal Rate of Return); индекс доходности (PI - Profitability Index); срок окупаемости (PP - Pay-Back Period); дисконтированный срок окупаемости (DPP - Discounted Pay-Back Period).

Однако, каждый из перечисленных показателей, а так же любой дополнительный, рассматривают финансовую эффективность проекта с различных сторон. Из этого следует, что для более полной и точной оценки экономической эффективности инвестиционного проекта необходимо проанализировать всю совокупность показателей, а так же учесть возможные внешние факторы влияния на эффективность инвестиционного проекта.

Библиографический список

1. Федеральный закон №39 от 25 февраля 1999 года «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений».

*Чижев Е.П., студ.; рук. Т.Ф. Манцерова к.э.н., доцент
(БНТУ, г. Минск)*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БИОЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО СЕКТОРА В ЭНЕРГЕТИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Анализ тенденций развития мировой энергетики показывает, что ключевыми факторами являются надежность энергоснабжения, энергобезопасность, энергоэффективность и экологическая гармонизация. При этом, повышение энергоэффективности является стратегическим направлением снижения энергоемкости экономики.

Ключевую роль в успешном развитии мировой энергетики, включая удовлетворение растущего спроса, повышение надежности энергоснабжения и улучшение состояния окружающей среды, будут играть инновационные технологии энергетики.

Республика Беларусь, как и многие страны мира, должна принять решение о том, какую выбрать стратегию для дальнейшего развития энерге-

тического сектора. На данный момент источниками энергии, которые возможно в будущем изменят сложившиеся экономические, балансовые и экологические проблемы, являются: ядерная энергетика на быстрых нейтронах с полным топливным циклом; нетрадиционные возобновляемые энергоресурсы; и возможно, термоядерная энергетика.

Среди перечисленных источников энергии наиболее перспективными являются нетрадиционные возобновляемые энергоресурсы. В Республике Беларусь могут быть востребованы такие возобновляемые источники, как энергия ветра, солнца, малых рек, водосборов, биомассы. Наиболее развито на данный момент четыре направления этого сектора: получение энергии на основе биомассы, ветра, солнца и гидроэнергетика.

Для развития биоэнергетики может быть использован спектр организационных, экономических, технических, инновационных мероприятий. В качестве одного из направлений развития может быть предложена модель биоэнергетического кластера, как одна из перспективных форм гибкой межведомственной кооперации по сетевому признаку. Правительство Республики Беларусь, оценив мировой опыт использования многомерных группировок (кластеров) для стратегического развития экономики страны, утвердило в 2014 году концепцию формирования и развития инновационно-промышленных кластеров.

Мировой опыт использования кластеров в энергетике свидетельствует о том, что реализация заложенных в кластерах механизмов способствует развитию конкуренции между его отдельными участниками, стимулируя их инновационную активность. В тоже время кластеры позволяют объединить усилия участников для адаптации к факторам внешней среды. Одним из примеров успешного создания энергетического кластера является опыт Испании, который позволил стране преодолеть последствия экономического кризиса 1980-х гг. Многие страны мира используют кластерный механизм развития энергетики, такие как Финляндия, Германия, Великобритания и другие. Страны Таможенного союза (России и Казахстан) так же активно используют кластеры в энергетике. Например, правительством Казахстана для повышения конкурентоспособности экономики страны был реализован проект создания нефтехимического кластера, который включает технологическую цепочку: нефтепереработка, газопереработка и нефтехимия. В ряде регионов России по аналогичному сценарию идет создание и развитие кластеров (Нижегородский индустриальный инновационный кластер, Карельский биоэнергетический кластер, кластер химической и нефтехимической промышленности Омской области).

Для создания биоэнергетического кластера в Республике Беларусь имеется потенциал ресурсов (биомасса, энергия ветра, солнца и гидроэлектроэнергетика). Развитие биоэнергетики имеет правовую основу и регулируется законом Республики Беларусь «О возобновляемых источниках энергии». В стране есть опыт создания и эксплуатации ветроустановок,

гидроэлектростанций и биогазовых установок. Однако государственная поддержка развития возобновляемых источников энергии в настоящий момент находится на недостаточно высоком уровне. При условии создания биоэнергетического кластера возможна поддержка крупных промышленных предприятий деревообработки, предприятий агропромышленного комплекса, а также предприятий нефтехимической промышленности. Предварительно можно оценить потенциал развития биоэнергетики в Республике Беларусь как достаточно высокий. Организация биоэнергетического кластера возможно при участии академических институтов НАН Беларуси (Институт энергетики), ведущих технических вузов страны (БНТУ) и крупных промышленных потребителей.

Библиографический список

1. **Слонимский А.**, Слонимская М. Научно-инновационные кластеры и технологические платформы. М.: Наука и инновации, 2014.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 32 МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ИННОВАЦИИ

<i>Бакова А.А.</i> Влияние традиционных ценностей населения на рынок ценных бумаг	3
<i>Белов Ю., Сидоров И.</i> Государственная поддержка малого бизнеса в России	5
<i>Белоусова С.И.</i> Разработка бренда для швейного ателье	8
<i>Валатин К.А.</i> Особенности венчурного финансирования малых инновационных предприятий в РФ	11
<i>Волостнова Д.С.</i> Методика обоснования региональной политики на рынке нотариальных услуг	14
<i>Головачева О.А.</i> Теоретические аспекты управления региональной пространственной поляризацией	16
<i>Господинова К.О.</i> Спортивный маркетинг в теннисном центре	18
<i>Демидова М.А.</i> Использование инструментов интернет-маркетинга	20
<i>Дубровина Н.Н.</i> Технопарки как системообразующие элементы инновационной инфраструктуры экономики	22
<i>Дунаева Э.В.</i> Реализация концепции построения маркетинговых коммуникаций коммерческой организации в условиях кризиса	25
<i>Жемчугова Д.Н.</i> Формирование доходной части местного бюджета	26
<i>Забродина С.Д.</i> Бенчмаркинг в России и за рубежом	28
<i>Забродина С.Д.</i> Хеджирование как инструмент снижения рисков	31
<i>Зайцева А.С.</i> Влияние изменения ключевой ставки на инфляцию	33
<i>Зайцева А.С.</i> Особенности кластерной политики европейских стран	36
<i>Зайцева Д.В.</i> Финансовая глобализация: определение, формы проявления, тенденции	41
<i>Зайцева Н.Е.</i> Значение INTERNET-потенциала в развитии информационного бизнеса	43
<i>Зобнина Н.В.</i> Управление финансовыми ресурсами текстильного предприятия	46
<i>Иванова О.Е.</i> Контур инновационной инфраструктуры Ивановской области	49
<i>Кабанова А.С.</i> Финансовое планирование в условиях кризиса	52

<i>Карасева Е.А.</i> Секьюритизация долгов: международная и российская практика	55
<i>Крайкин А.С.</i> Формирование уникального торгового предложения для объектов ресторанного бизнеса	57
<i>Куасси Я.Д.</i> «Экономическое чудо» Кот-д'Ивуар	58
<i>Левцанов Ф.В.</i> Меры по защите прав инвесторов на развитых рынках ценных бумаг	62
<i>Матрёнушкина О.А.</i> Количественные и качественные характеристики корпоративных эмитентов в России	64
<i>Медников Д.А.</i> Система корпоративного управления на предприятиях Росэнергоатом	66
<i>Михалев Д.А.</i> Анализ формирования условий для промышленной кластеризации региональных экономик Российской Федерации: результаты моделирования	69
<i>Мобио Д.Ж.Ф.А.</i> Актуальные проблемы развития предпринимательской деятельности молодежи в Кот- д'Ивуар и пути их решения	71
<i>Мустафаева Ф.В.</i> Тенденции развития венчурного бизнеса в России	74
<i>Мустафаева Ф.В.</i> Особенности системы финансового планирования предприятия газовой отрасли	77
<i>Мухин В.И.</i> Налогообложение малого и среднего бизнеса в Российской Федерации: плюсы и минусы	79
<i>Наседкина Ю.С.</i> Рейтинговая оценка кредитоспособности заемщика в практике оценки кредитных рисков	82
<i>Павлова А.Н.</i> Анализ тенденций изменения численности населения пред-арктических территорий	85
<i>Панагушин М.А.</i> Повышение уровня доверия к интернет-магазину	88
<i>Парфенова О.В.</i> Проблемы оценки эффективности web-сайта	90
<i>Паршова И.В.</i> Инвестиционная деятельность коммерческих банков	94
<i>Песикина Д.А.</i> Инновационная сфера как показатель экономической безопасности региона	96
<i>Петрова Л.А.</i> Пути совершенствования ОСАГО	99
<i>Подшивалова М.Е.</i> Аудит эффективности использования бюджетных средств в целях инновационного развития экономики субъектов РФ	101
<i>Разоренов Г.В.</i> Проблемы современного инжиниринга в России	106
<i>Румянцев В.</i> Экономические итоги Олимпиады «Сочи-2014»	108
<i>Сироткина В.С.</i> Кластерная политика США как основа инновационного развития экономики	111
<i>Смирнова В.А.</i> Условия развития текстильного бизнеса в Ивановской области	115

<i>Титова Е.А.</i> Тенденции к объединению крупнейших фондовых бирж. Новые биржи	119
<i>Торцев М.М.</i> Пример расчета цены на программный продукт	121
<i>Торцев М.М.</i> Перспективы рынка мобильных приложений	123
<i>Устинова К.А.</i> Инновационное развитие территорий: роль кадрового потенциала	125
<i>Фадеева Ю.Е.</i> Инвестиции в человеческий капитал как источник развития инновационной деятельности региона	129
<i>Филатов Е.П.</i> Проблемы малых предприятий в условиях современной экономики	132
<i>Хотиенко Е.А.</i> Обзор рынка страхования в Российской Федерации	135
<i>Шапина О.С., Мустафаева Ф.В.</i> Вирусный маркетинг: специфика и перспективы	139
<i>Шапина О.С.</i> Трансфер инновационных технологий в зарубежной и российской практике	142
<i>Шишова А.С.</i> Результаты исследования «Оценка потенциала системы управления КСО по критериям модели САФ»	145
<i>Шмелева Н.А.</i> Энергетический кластер как инфраструктурная основа инновационной экономики	148
<i>Яо Куаме И.А.</i> Современное состояние рынка ценных бумаг в республике Кот-д'Ивуар	151
<i>Яшина М.Н.</i> Механизмы повышения конкурентоспособности Саратовской области	153

СЕКЦИЯ 32 ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

<i>Александина К.Э.</i> Особенности оценки экономической эффективности объектов энергетики	156
<i>Галкина К.В.</i> Нормирование труда в энергетике	157
<i>Громова Ю.Н.</i> Развитие «бережливого производства» в электроэнергетике	158
<i>Домашкин В.А.</i> Оценка и источники финансирования инвестиционных проектов	159
<i>Зверева Ю.Д.</i> Выбор метода формирования тарифов на тепловую энергию в энергокомпаниях	160
<i>Зоркина Ю.Д.</i> Оценка экономической эффективности энергетических проектов в современных условиях	161
<i>Иванов Д.В., Мазунова П.А.</i> Основные этапы внедрения энергетического менеджмента на предприятии	163

<i>Иванов Д.В., Мазунова П.А.</i> Управление энергосбережением на промышленных предприятиях на основе анализа резервов энергоэффективности	165
<i>Калинина Е.В.</i> Анализ формирования тарифов на тепловую энергию	167
<i>Карпухин Д.Н.</i> Альтернативная котельная, как метод регулирования тарифов в сфере теплоснабжения	168
<i>Кириенко А.С.</i> Особенности банковской конкуренции	170
<i>Куасси Я.Д.</i> Создание системы энергетического менеджмента на предприятии	173
<i>Лаврухин В.А.</i> Вопросы формирования инвестиционного рейтинга энергокомпании	174
<i>Лебедева Я.А.</i> Проблемы оценки эффективности инвестиционных проектов в энергетике	175
<i>Морозова М.С.</i> Особенности управления персоналом на предприятии в условиях кризиса	176
<i>Ногтева И.В.</i> Особенности бизнес-планирования деятельности энергокомпании	178
<i>Цветкова М.В.</i> Оценка экономической эффективности инвестиционных проектов	179
<i>Чиж Е.П.</i> Перспективы развития биоэнергетического сектора в энергетике республики Беларусь	180

ДЛЯ ЗАМЕТОК
