

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ И ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

УДК 658

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Э.И. Абзалтдинова

Научный руководитель – д.э.н., профессор Н.А. Шапиро

Проблема построения эффективной системы управления является наиболее острой для любого предприятия в нынешней сложной и динамичной рыночной среде. Одним из основных направлений формирования такой системы является ориентация на процессный подход к управлению и совершенствование существующих бизнес-процессов, что предполагает переосмысление и трансформацию предприятия для более тесной координации функциональных частей его деятельности, повышения их гибкости, что особенно актуально в условиях динамично меняющейся внешней среды и все усиливающейся конкуренции.

Целью работы является исследование совершенствования бизнес-процессов на основе автоматизации, а также их влияние на повышение эффективности управления предприятием.

Базовым положением в исследовании является понимание бизнес-процесса как совокупности взаимосвязанных операций, направленных на достижение определенных целей деятельности предприятия.

Бизнес-процессы должны быть сформированы таким образом, чтобы создавать стоимость и ценность для потребителей. На выходе правильно построенных бизнес-процессов увеличивается их ценность для потребителя и рентабельность самого производства.

Для «правильного» построения бизнес-процессов система должна быть автоматизирована, что позволит систематизировать и ускорить существующие бизнес-процессы в следующих сферах:

1. управление (контроль реализации стратегических планов, бюджетирование и управление денежными средствами, управленческий учет, отчетность и др.);
2. производство (управление ресурсами, процессами производства, контроль сервисного обслуживания и др.);
3. финансы (финансовое планирование, бухгалтерский и налоговый учет, управление взаиморасчетами, учет товара, инвентаризация и др.);
4. продвижение (продажи, маркетинг, ведение и работа с базой клиентов, ведение истории взаимоотношений с клиентами и др.);
5. контроль (контроль качества продукции, контроль и коррекция бизнес-процессов) и пр.

Автоматизация бизнес-процессов дает для предприятия следующие преимущества:

- согласование действий различных структурных подразделений посредством создания единой информационной среды;
- автоматизация ручного труда;
- сокращение ошибок;
- увеличение скорости обработки информации;
- повышение технологичности бизнеса;
- увеличение прозрачности бизнеса;
- расширение клиентской базы;
- качественная отчетность, обширный материал для анализа бизнес-процессов;

– увеличение эффективности организации в целом за счет других преимуществ.

В целом это эффективный инструмент для управления бизнесом и принятия управленческих решений.

Таким образом, автоматизация бизнес-процессов, внедрение корпоративной информационной системы на предприятии является основным средством проведения реинжиниринга. Запуск автоматизации бизнес-процессов предполагает их проверку на эффективность и результативность, а и в случае необходимости проведение коррекции, так как в противном случае она не принесет желаемых результатов, а получится «автоматизированный хаос».

УДК 338.28

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

В.А. Барин

Научный руководитель – д.э.н., профессор Е.Л. Богданова

Сегодня Россия заметно отстает по показателям модернизации и уровня высокотехнологичности. Значительная часть разработок используемых в медицине, ВПК, предприятиях промышленности были сконструированы еще в СССР и заметно отстают от современных характеристик и стандартов технологий передовых государств. Практически отсутствуют инновации и в сфере потребительского сектора. Очевидно, что конкуренцию на мировом рынке, в условиях стремительного развития технологий, можно выдержать только при условии немедленного внедрения инноваций и модернизации промышленности. Инновации касаются всех сфер жизни человека. Их главная задача – способствовать получению наибольшего результата, путем наименьших материальных и физических затрат. Сырьевая зависимость российской экономики является не перспективным сценарием развития страны, делая ее зависимой от многих внешнеполитических факторов, а поэтому нестабильной.

В России бизнес в сфере инноваций имеет повышенные риски. Существует множество факторов, которые создают сложности для осуществления инновационной деятельности. Основными проблемами развития инновационного предпринимательства являются:

- слабая законодательная база в сфере инновационной деятельности;
- отсутствие понятий и критериев инновационной организации;
- высокие ставки налогообложения;
- высокие цены на рынке недвижимости земельных участков;
- высокая конкуренция со стороны передовых западных компаний;
- высокие цены на рынке средств массовой информации

Основная цель: создание в Санкт-Петербурге благоприятных условий в сфере инновационного предпринимательства для развития бюджета города.

Основные механизмы реализации:

- разработка и внедрение нормативно-правовых актов по развитию инновационного предпринимательства;
- разработка и обоснование критериев инновационной организации и инновационной деятельности;
- обоснование и разработка механизмов освобождения от налогообложения на период льготного срока отечественных инновационных организаций, занимающихся инновационной деятельностью на территории Санкт-Петербурга;

- обоснование и разработка механизмов предоставления инновационным организациям бесплатной рекламы в государственных средствах массовой информации в течение льготного периода (с момента запуска производства);

Ожидаемые результаты. Реализация предлагаемой концепции развития инновационного предпринимательства в Санкт-Петербурге поможет скорейшему развитию инновационных организаций, что повлечет за собой появление новых сильных и стабильных налогоплательщиков, рабочих мест, улучшение инфраструктуры и инвестиционной привлекательности региона.

УДК 339.923

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE BRICS

M.O. Bronnikova

Научный руководитель – ст. преподаватель V.M. Trubnikova

Brazil, Russia, India, China and South Africa are developing countries, united by economic cooperation. BRICS was created in 2001, but by 2009. Each BRICS's country was developing separately, struggling with problems on their own. In 2009, the first BRICS summit in Yekaterinburg took place. One of the reasons that pushed the countries to the BRICS summit was the global economic crisis. For BRICS, it showed the real needs to cooperate with each other. Each country has one or more resources that are not available in another member State. Thus, the aggregate characteristics depend on every member of co-operation in particular. The main problem is to find cooperation opportunities for further development, as well as internal and external factors affecting the BRICS.

The aim of this work is to identify the strengths and weaknesses of the BRICS, and review the main topics discussed at the Summits of BRICS.

The main method used in this article is the SWOT-analysis and evaluation of statistics, economic indicators.

SWOT analysis showed that the strength of co-operation is a high concentration of mineral, oil and gas, human resources, moreover, in all countries of BRICS lives 45% of the world population and 18% of the total GDP of all countries accounted for BRICS. In the BRIC countries are concentrated 32% (0,5 million hectares) of arable land worldwide. Brazil, Russia, India and China produce about 40% of wheat, 50% pork, 30% of poultry, 30% beef (about 20 million tons) of the world total.

A weakness of BRICS countries is the high level of corruption, lack of infrastructure, both within each country and between the participating countries. Another, equally important problem is the existence of BRICS language and cultural barriers this is more typical for Russia and China. This can cause the indisposition of investors to invest in the economy of these countries. For the vast areas of transnational corporations that take BRICS countries, and it is 26% of the entire world, are attractive for their business.

In all four countries summit tried to solve the problem of the single currency system. Main currency has been and continues to be the U.S. dollar. This is a major aggravating factor in reality, since the use of currencies of its main rival – the United States, developing its economy, and not backwards. If it used in international payments currency of one of the member countries of BRICS, the role of the national currency would be significantly increased. But unfortunately, the U.S. is by far the universal world currency, and as a result, its use is unavoidable.

СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ БРИКС

М.О. Бронникова

Научный руководитель – ст. преподаватель В.М. Трубникова

Бразилия, Россия, Индия, Китай и Южно-Африканская Республика – это группа быстроразвивающихся стран (БРИКС), объединенных экономическим сотрудничеством. БРИКС был создан в 2001 г., однако до 2009 г. это сотрудничество не давало практически никаких признаков своего существования. Каждая страна БРИКС развивалась отдельно, борясь с проблемами самостоятельно. Лишь в 2009 г. состоялся первый саммит БРИКС в Екатеринбурге. Одной из причин, подтолкнувшей страны БРИКС к Саммиту стал мировой экономический кризис. Для стран БРИКС, стало ясно, что необходимо реальное сотрудничество друг с другом. Каждая страна обладает теми или иными ресурсами, которых нет у другой страны-участницы. Таким образом, совокупные характеристики БРИКС зависят от каждой страны, входящей в состав сотрудничества в отдельности. Основной проблемой сотрудничества является нахождение возможных путей дальнейшего развития, а так же внутренних и внешних факторов, влияющих на БРИКС.

Целью работы является выявление сильных и слабых сторон БРИКС, а также рассмотрение основных тем, обсуждаемых на Саммитах БРИКС. Основными методами, примененными в данной работе, является SWOT-анализ и оценка статистических данных, экономических показателей.

SWOT-анализ показал, что сильной стороной стран сотрудничества является большая концентрация минеральных, нефтегазовых, человеческих ресурсов, более того, на территории всех стран БРИКС проживает 45% мирового населения, и на них приходится 18% от суммарного ВВП всех стран. В странах БРИК сосредоточено 32% (0,5 млрд. га) общемировых пахотных земель. Бразилия, Россия, Индия и Китай производят около 40% пшеницы, 50% свинины, более 30% мяса птицы, 30% говядины (около 20 млн. т) от общемирового показателя.

Слабой стороной стран БРИКС является высокий уровень коррупции, неразвитость инфраструктуры как внутри каждой страны, так и между странами-участницами. Еще одной, не менее важной проблемой стран БРИКС является наличие языкового и культурного барьеров, особенно это характерно для России и Китая. Это может вызвать нежелание инвесторов вкладывать деньги в экономики этих стран. Однако для транснациональных корпораций огромные территории, которые занимают страны БРИКС, а это 26% от всей территории земного шара, являются привлекательными для их бизнеса.

На протяжении всех четырех Саммитов страны пытались решить проблему единой валютной системы. Главной валютой был и по-прежнему остается американский доллар. Это и является основным усугубляющим действительность фактором, так как использование валюты основного конкурента – США, развивает его экономику, а не наоборот. Если бы при международных расчетах использовалась валюта одной из страны-участницы БРИКС, то роль этой национальной валюты существенно возросла. Но, к сожалению, доллар является на сегодняшний день универсальной мировой валютой, и как следствие, ее использование неизбежно.

PRINCIPLES OF «BUSINESS MODEL CANVAS»

M.O. Bronnikova

Научный руководитель – д.э.н., профессор I.G. Sergeeva

There are many models and approaches in management, aimed at defining the company's strategy to create a common organizational culture, as well as increasing the efficiency of the organization. The main purpose of manager is to control, analyze processes in the organization which are directly related to company staff. There is one of new tools which was created recently.

This article describes a new business model, directed primarily to employees. The model is called «Business Model Canvas», it was founded by Alexander Osterwalder and Yves Pigneur in 2009. These men wrote a book about new tool of management. It was translated in 26 languages. Nowadays, this model is not well known and not widely used. But in European countries and the USA it is very popular with businessmen.

The aim of this article is to explain the basic principles of the model Canvas in business and describe its elements.

Business Model Canvas describes how an organization creates, delivers, and maintains the core values of the organization.

The authors propose a graphical solution of the model. The model has nine components such as Key Partners, Key Activities, Key Resources, Value Propositions, Customer Relationships, Channels, Customer Segments, Cost Structure, Revenue Streams. Authors describes what is the each element is and what it contains.

The Business Model Canvas works best when it is printed out on a large surface so that groups of people can start sketching and discussing business model elements with Post-it notes or board markers. It is a hands-on tool that fosters understanding, discussion, creativity, and analysis. It can be in office so that everyone can see «Canvas» or it can be placed on PC of each employee. It does not matter where Canvas will be exactly in office, the main idea of model to be noticeable and mobile and changeable.

So the main idea of the Business Model Canvas is to make a pictogram of business vision, values, processes in company so that every employee knows about situation and main processes of company.

All in all, Business model Canvas is a creative model which is an applied model based on management. This method is visual and easy for employees. For them, this model makes the entire process into one understandable and interesting creative job.

Company`s workers should know what, for whom, for what reasons they do and will do. It is stimulating factor, moreover, if people co-operate, they start rethinking their tasks and positions from a new perspective. And of course it goes as profit to the company.

РАЗВИТИЕ РЫНКА СОКОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «САДЫ ПРИДОНЬЯ»

Е.И. Воронина

Научный руководитель – д.э.н., доцент Г.П. Петропавлова

Указом Президента Российской Федерации от 31.01.2010 г. «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации» в соответствии с рекомендациями Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций были установлены предельные доли импорта и запасов продовольственных ресурсов в общем

объеме продовольственного обеспечения населения страны [1]. Важность реализации положений разработанного документа особенно повышается в условиях вступления России в ВТО, что поставило перед нами вопрос исследования состояния рынка соковой продукции, столь важного компонента пополнения жизненных ресурсов (в виде необходимых витаминов) населения страны.

Цель работы заключается в оценке современных условий развития производства сока в России, а также в исследовании динамики конкурентоспособности отечественных предприятий на примере ОАО «Сады Придонья».

По объемам производства соковой продукции в 2011 г. Россия занимает четвертое место в мире после таких крупнейших мировых производителей, как США, Германия и Китай. По объемам потребления соковой продукции на душу населения Россия также на четвертом месте [2]. Тем не менее, у рынка соков в России есть большой потенциал для развития за счет создания собственной сырьевой базы.

В отличие от целого ряда других видов продовольственного рынка российский рынок соков развивается, главным образом, за счет низких ценовых категорий.

В работе проведен анализ деятельности ОАО «Сады Придонья» как одного из наиболее интересных российских производителей. Более подробно рассмотрена оценка динамики финансовых результатов деятельности ОАО «Сады Придонья» за период 2008–2010 гг. За анализируемый период отмечается высокий уровень роста чистой прибыли – в 18,5 раза. Основным же источником этого роста стал рост прибыли от продаж (за три года в 9,46 раза). Это достигнуто за счет роста выручки от продаж при одновременном росте себестоимости. Однако удивительным является и тот факт, что эти показатели были достигнуты при одновременном снижении управленческих расходов. Незначительный рост коммерческих расходов также способствовал росту продаж. Поэтому можно признать работу предприятия достаточно успешной по основному виду деятельности.

Однако полученный экономический эффект (чистая прибыль) еще не является достаточной характеристикой результативности деятельности предприятия. Также было проанализировано изменение рентабельности деятельности предприятия. За анализируемый период рентабельность затрат предприятия постоянно растет (за три года прирост составил 15,07%). Рентабельность продаж за тот же период выросла на 11,13%. Это связано с резким увеличением величины прибыли от продаж в 2010 г. Чистая рентабельность продаж за анализируемый период также имеет тенденцию роста. Эти изменения в основном произошли за счет значительного увеличения чистой прибыли предприятия в 2010 г.

Таким образом, проведенное исследование подтвердило высокую эффективность использования задействованных при производстве соков ресурсов.

Важнейшим условием достижения высоких показателей эффективности предприятия выступает его устойчивое финансовое положение. Проведенный нами анализ финансовых коэффициентов показал, что ОАО «Сады Придонья» имеет достаточно стабильное и удовлетворительное финансовое положение. Однако исследование динамики статей баланса показало, что одним из проблемных моментов в деятельности компании остается рост дебиторской и кредиторской задолженности. Поэтому финансовое состояние компании нельзя признать безупречным.

Для выработки рекомендаций, направленных на улучшение финансового положения компании в работе была рассчитана оптимальная структура баланса на 2010 г., а также определены пути приближения их фактических значений к оптимальным. Из приведенного выше анализа видно, что особое внимание необходимо обратить на работу по управлению дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия. С этой целью необходимо проводить отбор потенциальных покупателей и определять оптимальные условия оплаты продукции. Товарные кредиты лучше предоставлять постоянным клиентам.

Кроме этого, следует продолжить работу по проведению маркетинговых исследований, проводить комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия с

целью выявления проблемных зон, разрабатывать план совершенствования структуры системы управления и поэтапно реализовывать его.

Литература

1. Об утверждении Доктрины производственной безопасности Российской Федерации. Указ Президента Российской Федерации № 120 от 30.01.2010 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.kremlin.ru/news/6752>, своб.
2. Бухгалтерская отчетность ОАО «Сады Придонья» за 2008–2010 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pridonie.ru/ru/otchetnost/oao_npg_sadyi_pridonya/buhgalterskaya_otchetnost/, своб.
3. Годовые отчеты ОАО «Сады Придонья» за 2010–2011 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pridonie.ru/ru/otchetnost/oao_npg_sadyi_pridonya/godovyie_otchetyi/, своб.

УДК 65.015.3

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

К.С. Годованюк

Научный руководитель – д.э.н., профессор Б.Б. Коваленко

Введение. Вопросы грамотной мотивации персонала в нашей стране стали подниматься сравнительно недавно. Учитывая историческое прошлое, требовалось немало времени, чтобы прийти к осознанию того, что мотивированный сотрудник может приносить гораздо больше прибыли, чем тот, кто отсиживает на работе «от звонка до звонка». В 2008 г. ЕТС сменила новая система оплаты труда, но и в ней взаимосвязь зарплаты и достижений была весьма непрозрачной. В то же время негосударственные компании серьезно задумались о повышении эффективности работы своих сотрудников. Самой популярной из всех методик в России стала система сбалансированных показателей Нортон и Каплана. В последнее же время в прессе все чаще стало встречаться слова Key Performance Indicators (KPI).

Цель работы: рассмотреть эффективность мотивирования персонала на основе оценки его функционирования, преимущества и недостатки системы KPI.

1. KPI или – ключевые показатели выполнения. Этим термином обозначаются некие измеримые показатели результативности работы персонала. Построенную же на этих показателях «методику определения результатов и создания механизмов определения денежного вознаграждения» называют системой мотивации на базе KPI.
2. Преимущества: прозрачность, определенность, перспективность, нацеленность на постоянное поддержание обратной связи.
3. Недостатки: отсутствие универсальности, дополнительные временные затраты, неверно сформулированные показатели, зависимость материального поощрения конкретного специалиста от работы его коллег.
4. Типичные проблемы в организациях, связанные с низкой мотивацией персонала.
5. Способы использования показателей: инструментальный, концептуальный, символический.
6. Основные требования, предъявляемые к ключевым показателям эффективности бизнеса.

В работе рассмотрены все преимущества и недостатки мотивации персонала на основе оценки его функционирования.

Литература

1. Ключков А. КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. – М.: Эксмо, 2010. – 160 с.
2. Хлюнева М.В., Звезденков А.А., Верхоглазенко В.Н. Пирамида Маслоу плюс или Когда бесспорное стало сомнительным // Менеджмент в России и за рубежом. – 1998. – № 5. – С. 33–48.
3. Данилин О. Принципы разработки ключевых показателей эффективности (КПЭ) для промышленных предприятий и практика их применения // Управление Компанией. – 2003. – №2(21). – С. 11–14.
4. Колесников С.Н. Инструментарий бизнеса: современные методологии управления предприятием. Монография. – М.: Издат.-консультант. компания СТАТУС-КВО, 2001. – 320 с.

УДК 658.310.9

УПРАВЛЕНИЕ ТВОРЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПЕРСОНАЛА

Е.А. Горбунова

Научный руководитель – д.э.н, профессор Н.А. Шапиро

Тема актуальна, так как переход к инновационному управлению персоналом в настоящее время является общемировой тенденцией совершенствования процессов управления предприятием в условиях глубокой интеграции мирового рынка, высокотехнологичных производств, обострения конкурентной борьбы и повышения степени неопределенности внешней по отношению к предприятию среды.

Целью работы является рассмотрение творческого потенциала сотрудников, как базы инновационного развития.

В кадровой работе инновации представляют собой не что иное, как инновационный подход к самому персоналу. Происходящие изменения в организации, необходимость новых условий и требований являются стимулом для обнаружения у сотрудника совершенно новых способностей. Творческий капитал обеспечивает выполнение трех основных функций: воспроизводственной, инвестиционной и стимулирующей.

Жан-Мари Дрю, специалист в области рекламных компаний утверждает, что использование творческого потенциала персонала в коммерческой организации, может стать неисчерпаемым источником новых идей и новых конкурентных преимуществ.

До 40% ВВП в развитых странах создается именно креативными работниками. Использование воплощенных в людях способностей позволяет организациям активизировать нововведения, повышать качество и конкурентоспособность продукции и услуг.

При этом различают мотивированный и немотивированный подходы. В первом случае творческий потенциал опирается на знания, выбор методов, социальные критерии, культурные универсалии и т.д. Во втором случае знание может не играть решающей роли, и тогда процесс использования творческого потенциала становится интуитивным, идет путем проб и ошибок.

Творческий потенциал связан с практической деятельностью человека и оценивается в зависимости от того, как он влияет на эту деятельность. Творческий потенциал персонала, его социальную роль, т.е. действия человека от цели к результату, можно понять и оценить только исходя из общей системы организации предприятия. Реализация творческого потенциала каждого сотрудника находится внутри человека и выносится вовне через самореализацию личности. Творческий потенциал каждого сотрудника реализуется в полной мере только в том случае, если он идентичен потребностям организации в целом.

Для того чтобы можно было отвечать не только за цели, но и за результаты

деятельности организации, необходимы знания того, как использовать творческий потенциал персонала, как его оценить. Современный бизнес делает ставку на творческий потенциал и совершенствование кадров. Так из опыта американских фирм следует, что каждые 35 тыс. долларов, вложенные в образование, приносят прибыль в 1 млн. долларов.

Современные менеджеры должны использовать новые методы и инструменты, позволяющие оптимально использовать творческий потенциал сотрудников для достижения поставленных целей.

Существует множество методик исследования активизации творческого потенциала персонала организации. Самыми распространенными из них часто называют следующие: «мозговой штурм» и его разновидности: индивидуальный, письменный, прямой и массовый виды. Известны методы: двойной, с оценкой идеи, обратный, «корабельного совета», «конференции идей», фокальных объектов; морфологический анализ; тренинги; коучинг.

В современных условиях бурного развития инновационной экономики, непрерывного совершенствования производства, постоянного обновления выпускаемых товаров и услуг «ноу-хау» приобретают особое значение, обеспечивая успех в конкурентной борьбе и расширение рыночных ниш в организации, все это повышает творческий потенциал организации.

Использование творческого потенциала персонала требует объединения усилий многих людей, поэтому формирование различных сообществ творческих специалистов организации становится все более значимым.

Процессы управления творческим потенциалом персонала могут быть спроектированы как отдельные бизнес-процессы, а могут быть интегрированы как части в основные бизнес-процессы организации. Они связаны со стратегией, управлением изменениями и управлением людьми как человеческим капиталом, который можно развивать как с качественной (знания, творческие способности), так и с количественной точки зрения.

Возможны два пути развития творческого потенциала деятельности организации:

- при отсутствии инновационной и творческой идеи осуществляется поиск возможностей использования результатов инновационной и творческой деятельности других организаций;
- при наличии инновационной идеи, которая была выдвинута творческим коллективом организации, производится дальнейшая проработка собственной новации.

Первое направление развития деятельности организации на этой стадии ведет к анализу возможностей приобретения патента или лицензии и осуществляется путем изучения в основном патентной литературы и сведений об инновационной деятельности конкурентов. Однако возможности приобретения патента или лицензии определяются финансовым состоянием организации, а также срочностью внедрения на рынок с конкурентоспособной продукцией. При отсутствии финансовых возможностей использования инноваций других организаций происходит возвращение к поиску собственных инновационных идей.

Можно предположить, что наиболее эффективным в управлении творческим потенциалом организации являются инновационные мероприятия, т.е. мероприятия, в которых используются новые, более совершенные и эффективные принципы достижения результатов. Творчество определяется не абсолютной новизной мероприятия, само мероприятие может быть известным и применяемым в других отраслях производства или сервиса.

ФОРСАЙТ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Е.А. Грачева

Научный руководитель – д.э.н., профессор И.Г. Сергеева

Одним из важных направлений развития компании является то, каким будет ее будущее в ближайшей и долгосрочной перспективе, и какие действия необходимо предпринять, чтобы компания могла сохранить и развить свои конкурентные преимущества. Для реализации этого направления используется методология корпоративного форсайта.

Целью работы является изучение метода форсайта, применение его в корпоративном управлении, а также анализ особенностей использования данного метода в России.

Форсайт – методика долгосрочного прогнозирования развития компании, основанная на мнении экспертов. Данная методика предполагает наличие множества вариантов развития компании, наступление которых зависит от текущих решений корпоративных менеджеров.

Применение форсайтов в корпоративном управлении позволяет:

- создать эффективную бизнес-модель компании в корпоративном, финансовом и организационном аспектах;
- определить основные факторы конкурентоспособности компании;
- выявить проработанные сценарии (альтернативы) развития компании;
- разработать комплекс рекомендаций по корпоративному развитию и развитию системы стратегического управления с определением конкретных мероприятий и действий на основе анализа реальной ситуации в компании.

В России не многие компании включают форсайт-технологии в активный набор методов по разработке стратегий корпоративного управления. Это объясняется недоверчивым отношением российских топ-менеджеров к данному методу, а также недостаточным количеством аналитических структур и экспертов.

BRICS AS A FREE TRADE AREA

D.I. Gurzheeva

Научный руководитель – ст. преподаватель V.M. Trubnikova

BRICS is a Free Trade Area association of five leading emerging countries – Brazil, Russia, India, China and South Africa. Free trade areas allow the agreeing nations to focus on their competitive advantage and to freely trade for the goods they lack the experience at making, thus increasing the efficiency and profitability of each country. The aim of a free-trade area is to reduce barriers to exchange so that trade can grow as a result of specialization, division of labor, and most importantly via comparative advantage.

The first name of the union was BRIC. The term was coined by the Chief Economist of Goldman Sachs Jim O`Neill in November 2001 in a paper titled 'Building Better Global Economic BRIC'.

The new acronym BRICS was created in February 2011 and it symbolizes the collective economic power of Brazil, Russia, India, China, and South Africa.

Together the BRICS account for more than 40 percent of the global population, nearly 25 per cent of the world`s territory, and a share in world GDP that increased from 16 per cent in 2000 to nearly 25 per cent in 2010 that is 18, 486 trillion dollars.

In 2003 by Goldman Sachs was made a research report where he predicted that by 2050 the BRICS countries will lead the world economy as a new six major global economic actors and in

less than 40 years, the BRICs economies together could be larger than the G7 (Group of Seven).

BRICS members described as the fastest growing major economies. Advantageous position these countries provide presence of a large number of important resources for the world economy. The BRICS comprise a huge land share of the world and, as a result, own vast natural resources.

Brazil is rich for agricultural production. Russia is global supplier of raw materials. India owns inexpensive intellectual resources. India is a strong service provider with a rising manufacturing base.

China is the owner of cheap labor resources. South Africa is a supplier of natural resources.

These countries have taken steps to increase their political cooperation – mainly for effect on the U.S. position in the major trade agreements or, through the implicit threat of political cooperation, as a way to gain political benefits from the U.S. – such as the proposed nuclear cooperation with India.

The main problem of this work is to find importance of BRICS union.

The aim of this work is to explain what is the BRICS and to show the meaning of the BRICS union in the world economy. The main method used in this article is the comparison the policies and economies of countries in the union.

This work shows the great meaning of BRICS association in the global economy. According to Global ranking (2011) five BRICS countries occupy a relatively high position in many economic, social, political and military rankings. For example, China is the second largest economy in the world, while India is the fourth in the world in terms of GDP growth.

УДК 339.923

БРИКС КАК ЗОНА СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Д.И. Гуржеева

Научный руководитель – ст. преподаватель В.М. Трубникова

БРИКС является ассоциацией с зоной свободной торговли пяти ведущих развивающихся стран: Бразилии, России, Индии, Китая и Южной Африки. Зона свободной торговли позволяет входящим в нее странам сосредоточиться на своих конкурентных преимуществах и свободно покупать тот товар, на создание которого, им не хватает опыта, чтобы, таким образом увеличить эффективность и прибыльность для каждой страны.

Целью зоны свободной торговли является снижение барьеров по обмену, так что торговля может расти в результате специализации, разделения труда, а самое главное с помощью сравнительного преимущества.

Первым названием союза было «БРИК». Этот термин был придуман главным экономистом Goldman Sachs Джимом О'Нилом в ноябре 2001 г. в документе под названием «Building Better Global Economic BRIC».

Новый акроним «БРИКС» был создан в феврале 2011 г. и символизирует коллективную экономическую мощь Бразилии, России, Индии, Китая и Южной Африки. На эти страны приходится более 40% мирового населения, почти 25% территории земли. Доля ВВП увеличилась у них почти до 25% в 2010 г. с 16% в 2000, что составило 18, 486 триллионов долларов.

В 2003 г. Goldman Sachs был сделан научный доклад, где он предсказал, что к 2050 г. страны БРИКС приведут мировую экономику в качестве новых шести основных глобальных экономических субъектов и менее чем за 40 лет, общая экономика БРИКС станет больше, чем экономика G7 (Большая семерка)

Экономика членов БРИКС описывается как наиболее крупная и быстро растущая. Выгодное расположение этих стран обеспечивает им наличие большого количества важных ресурсов для мировой экономики. БРИКС составляет огромную долю всей территории земли

и, как следствие, является собственником огромных природных ресурсов.

Бразилия богата сельскохозяйственной продукцией. Россия является глобальным поставщиком сырья. Индия владеет недорогими интеллектуальными ресурсами. Индия является важным поставщиком услуг с ростом производственной базы. Китай является владельцем дешевых трудовых ресурсов. Южная Африка является поставщиком природных ресурсов.

Эти страны предприняли шаги по увеличению своего политического сотрудничества главным образом для воздействия на позицию США в крупных торговых соглашениях или, через неявную угрозу политического сотрудничества, как способа получить политическую выгоду от США, например, такую, как ядерное сотрудничество с Индией.

Цель работы – понять, что из себя представляет БРИКС и найти значение этого союза в мировой экономике. Основной метод, используемый в статье – сравнение политики и экономики стран данного союза.

Работа свидетельствует о большом значении объединения БРИКС в мировой экономике. По данным глобального рейтинга (2011) пять стран БРИКС занимают довольно высокие позиции во многих экономических, социальных, политических и военных рейтингах. Например, Китай является второй по величине экономикой в мире, а Индия занимает четвертое место в мире по темпам роста ВВП.

УДК 334.722.12

SOCIAL AND DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF RUSSIAN ENTREPRENEURS

D.I. Gurzheeva

Научный руководитель – д.э.н., профессор I.G. Sergeeva

All researchers of entrepreneurship admit that such social and economic characteristics as age, gender, education, and income have significant influence on the desire to start an entrepreneurial career and to found a business, thus being a major determinant of entrepreneurial landscape of the country.

An analysis of entrepreneurs' age structure reveals differences in age characteristics of different types of people who start their own businesses. The age distribution of entrepreneurial activity is shaped partly by the desire to create a business, which diminishes with age, and partly by knowledge, skills, and capital, which increase with age. This helps explain the fact that the share of older people is higher among owners of established businesses than among early stage entrepreneurs.

The gender structure of early stage entrepreneurship in Russia is rather typical for all European countries, where the share of female entrepreneurs is traditionally high. In all GEM countries except Angola, early stage entrepreneurship is more a male occupation. However, cultural and national characteristics have some influence on the ratio of men to women among early stage entrepreneurs in different countries.

GEM data show that in most countries people with high education demonstrate a higher propensity to create new businesses. In Russia entrepreneurial activity was the highest among people with higher education, both for nascent and established businesses.

An analysis of early stage entrepreneurial activity in various types of settlement showed that large cities with a population from 20 to 100 thousand have the most active creation of new businesses. In megalopolises this activity is slightly lower, which might be explained partly by more opportunities for work at larger established companies in cities with a population great than 1 million. Similarly, the higher level of entrepreneurial activity in rural areas may be due to the deficit of jobs with existing companies; this is associated with a high share of necessity-driven entrepreneurs.

The majority of early stage entrepreneurs state that their main source of income is the wage from their employment in another company where they have full-time or part-time work and some social benefits. The characteristic feature of Russian early stage entrepreneurs is the high activity of the unemployed.

The main problem of this work is to identify the indicators which influence the development of entrepreneurship.

The aim of this work is to study social and demographic characteristics of Russian entrepreneurs to estimate entrepreneurial activity. The main method used in this article is comparison of social and demographic indicators of Russian entrepreneurs.

In the conclusion I would like to say, that entrepreneurship varies in different countries and the main reasons are age, gender, education, and income of people. This work helped to find out what social and demographic characteristics are inherent to Russia.

УДК 338.24

СПЕЦИФИКА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В КОРПОРАТИВНОМ СЕКТОРЕ

М.Н. Доронина

Научный руководитель – д.э.н., профессор И.Г. Сергеева

В настоящее время корпорации, занимающиеся разработками инноваций, имеют намного больше шансов на успех в быстро меняющемся внешнем окружении. Но создание и продвижение новых технологий имеет большое значение не только для самой корпорации, но и для корпоративного сектора страны в целом.

Целью работы является анализ отраслевой и региональной структуры корпоративных затрат на исследования и разработки, выявление важнейших факторов эффективности НИОКР.

Разработка инноваций является неотъемлемой частью производственного процесса корпораций. В первую очередь внедрение инноваций необходимо для обеспечения конкурентного преимущества корпораций, повышения качества продукции, снижения себестоимости и получения дополнительной прибыли. Выбор инструментов финансирования научных разработок компании зависит от множества факторов: отрасли, месторасположения компании, ее положения на рынке. Решающую роль в получении конкурентных преимуществ играет не уровень расходов на инновации, а эффективность управления ими. Предлагается принять ряд мер для более эффективного управления инновационной деятельностью корпораций.

Анализ практики финансирования и внедрения научных исследований и разработок позволяют сделать вывод о том, что по сравнению с другими странами затраты на развитие НИОКР в российских компаниях находятся на относительно низком уровне.

ВЛИЯНИЕ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА НА ФИНАНСОВЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ УСПЕХА ПРЕДПРИЯТИЯ

В.И. Канагина

Научный руководитель – д.э.н., профессор В.Л. Василенок

Современная экономическая среда характеризуется быстрыми изменениями, опережающим развитием инновационных технологий и значительными колебаниями финансовых процессов. Нестабильными становятся внутренние экономические процессы предприятия даже при установившейся технологии и относительно устойчивых объемах производства. Неопределенность сказывается на финансовом состоянии предприятий, на динамике и структуре денежных потоков. Насущной необходимостью становится формирование высокоэффективного финансово-экономического механизма риск-менеджмента предприятия.

Формирование такого механизма осложняется большим количеством разнообразных форм риска, которые возникают в процессе обычной деятельности предприятия, обилием форм риска. Методологическое основание работы составляют труды М.Д. Билык, В.Д. Лагутина, Б.М. Мизюк, И.Я. Чугунова. Теоретические и прикладные основы формирования финансово-экономического механизма управления предприятием с учетом риска основываются на общепринятых концептуальных положениях теории финансового менеджмента, изложенных в трудах отечественных и зарубежных ученых: И. Александера, И. Абалкина, И. Ансоффа, Д. Дерлоу, А.О. Епифанова, А.А. Заречкова, Г. Керби, Е.Ф. Ковальчука, В.В. Короля, Л.А. Лахтионова, Л.Л. Ремнева, А.А. Терещенко, Ю.С. Шембея и др. [1].

Целью работы является доказательство необходимости внедрения системы риск-менеджмента на предприятиях. Риски преследуют предпринимателя на всех этапах, поэтому для их минимизации необходимо формировать и вводить на предприятии эту систему.

Эффективность функционирования финансово-экономического механизма риск-менеджмента предприятия предопределяется его структурированностью, четко определенной последовательностью выполнения этапов реализации этого механизма и квалификацией персонала, обосновывающей и осуществляющей процесс управления. Основными этапами реализации финансово-экономического механизма риск-менеджмента принято считать: идентификацию рисков, определение их количества и степени тяжести; поиск методов обработки, снижение и оценку их последствий в процессе принятия решения [1].

Таким образом, при построении и функционировании финансово-экономического механизма риск-менеджмента предприятия возникает ряд проблем, которые требуют комплексного решения. Исходным основанием для формирования эффективной системы риск-менеджмента предприятия должно стать формирование идеальной модели возникновения риска [2].

Создание собственной системы эффективного менеджмента на предприятии (вне зависимости от того крупное оно или малое) в условиях развивающихся рыночных отношений в России возможно лишь в направлении организации риск-менеджмента. В практической деятельности российских предприятий последних лет (особенно у финансовых компаний) наблюдается стремление к организации управления рисками.

Грамотно выстроенная система управления рисками позволяет компании добиться следующих результатов:

- повысить управляемость бизнеса;
- сократить возможное мошенничество;
- улучшить качество принимаемых управленческих решений;
- увеличить эффективность прогнозирования, в том числе путем накопления

информационной базы по существующим рискам;

- предоставить сотрудникам компании набор понятных критериев для оценки возможных рисков;
- выступить в качестве инструмента мотивации персонала и т.д.

В конечном счете, основное преимущество внедрения системы управления рисками – это повышение конкурентоспособности и капитализации компании. Вот почему интерес к риск-менеджменту неслучаен, ведь это новая «философия» управления, приносящая при грамотном внедрении потрясающие результаты.

Эффективность риск-менеджмента зависит не только от работы в конкретный момент или анализа прошлых событий. Необходимо смотреть в будущее. В краткосрочной перспективе для любого предприятия особое значение имеет проверка адекватности и уточнение методик оценки риска и принятия решений, а также переоценка риска по текущему регистру, мониторинг и контроль над выполнением поставленных контрольных процедур. В долгосрочной – актуальной задачей становится разработка стратегии управления бизнесом, учитывающей уровень риска, и переход с модели бизнеса, сфокусированной только на прибыль, на операционную риск-ориентированную модель [2].

Формула эффективности риск-менеджмента выглядит как формирование риск-ориентированной культуры компании (60% успеха) и выполнение всех регламентных процедур по риск-менеджменту (40% успеха).

Литература

1. Станиславчик Е.Н. Риск-менеджмент на предприятии. Теория и практика. – М.: Ось-89, 2002. – 80 с.
2. Рогов М.А. Риск-менеджмент. Современные проблемы риск-менеджмента в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.finrisk.ru/liter/book1_3.html, своб.
3. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник / Под ред. Е.С. Стояновой. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Перспектива, 2003. – 656 с.

УДК 339.138.331

О СПОСОБАХ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННО МЫСЛЯЩЕГО ЧЕЛОВЕКА В ХОЗЯЙСТВУЮЩЕМ СУБЪЕКТЕ

Ю.М. Кастрюлина

Научный руководитель – д.э.н., доцент Г.П. Петропавлова

Еще академик В.Л. Гинзбург отмечал, что главным двигателем экономики являются инновационно мыслящие люди. Однако в современных условиях отдельные личности не способны реализовать новые идеи на практике. Для этого нужны единомышленники, работающие в команде. Поэтому российское общество может стать инновационным только при условии «массового производства» инновационно мыслящих людей. Заметим, что «не все могут быть инноваторами, и дело не в отсутствии специфических знаний, а в отсутствии тех черт мировоззрения и характера человека, без которых, невозможно принципиально заниматься инновационной деятельностью. Но это вовсе не означает, что не нужно делать определенных шагов в направлении создания условий для формирования инновационно мыслящих людей» [1].

Проблема формирования инновационного человека в нашей стране назрела уже давно. Но ее решение постоянно оттягивалось. Сначала надо было решить проблему остановки наметившегося «демографического провала», потом проблему увеличения длительности жизни населения страны. Процессы формирования инновационно мыслящего человека являются сложными и довольно длительными, начинаясь с момента рождения человека, его

обучения и далее – активного использования его потенциала. Интересным является тот факт, что потенциал человека может меняться как в сторону роста, так и падения. Причем прирост потенциала человека требует больших затрат времени, а его утрата может произойти практически одномоментно. Таким образом, к человеку надо относиться как к особому ресурсу, требующему разработки и использования специальных методов работы с ним на разных стадиях его жизненного цикла.

В условиях отсутствия тотального партийного контроля за уровнем организации использования трудовых ресурсов, практиковавшемся в нашей стране для выполнения заданий партии и Правительства СССР на производстве, сегодня наибольшую угрозу трудовому ресурсу представляет этот участок жизненного цикла человека.

Цель проводимой работы состоит в рассмотрении методов формирования инновационного мышления человека в хозяйствующем субъекте.

К сожалению, реалии российской действительности таковы, что далеко не все предприятия осознают, что формирование инновационного мышления сотрудников – это рычаг развития любого бизнеса. Исследования П. Торренса показали, что спад творческих способностей человека «можно преодолеть в любом возрасте, путем применения эффективных методов обучения» [3]. Прежде всего, основной задачей предприятий является осознание необходимости формирования на предприятии социальной структуры креативности. Ярким примером такой структуры может служить японская система «кайдзен», заключающаяся в постоянном стремлении к совершенствованию всей деятельности. Компании, использующие «систему кайдзен»: Toyota, Nissan, Canon, Honda, Komatsu, достигли значительных высот и заняли лидирующие позиции в своем секторе.

Какой должна же быть среда, стимулирующая творческую активность работников? Основными характеристиками такой среды должны стать открытость новому, поддержка инноваций, доверие и сотрудничество на всех уровнях, демократический стиль управления, организация обучения и профессионального общения. Для того, чтобы творческие способности максимально раскрывались, рабочее место должно быть комфортным, а рабочая атмосфера создавать чувство уважения, признания и одобрения со стороны коллег.

Для создания инноваций и реализации инновационных проектов недостаточно быть просто профессионалом в своей сфере, сотрудник должен быть заинтересован объектом исследования, ведь равнодушное отношение не способно активировать инновационное мышление. В этой связи, справедливая и конкурентная оплата труда является необходимым условием для проявления творческих способностей. Значение имеют и нематериальные бонусы. По мнению, директора по персоналу компании IBS Я. Кудрявцевой, «поддержание внутреннего пламени для креативных сотрудников в организации... характеризуется особенностями карьерного роста» [2]. Это все то, что относится к возможности личностного роста: возможности обучения, возможность построения карьеры, рост ответственности и влияния, возможность экспериментирования, творчества и самовыражения. Помимо этого, обучение помогает сотрудникам оперативно адаптироваться к новым условиям, познавать более совершенные методы работы. Очень полезно отправлять сотрудников фирмы на различные стажировки, конференции и другие мероприятия.

Для человека важна социальная защищенность. Для этого полезен обмен идеями, впечатлениями, информацией с коллегами. Поэтому необходимо приложить значительные усилия по налаживанию коммуникаций.

Таким образом, процесс формирования и развития инновационно мыслящего человека в хозяйствующем субъекте связан с формированием социальной структуры креативности. Важно отметить, что основными способами стимулирования творческой активности сотрудников являются: создание креативной среды в организации, обеспечение благоприятной атмосферы в коллективе, повышение мотивации персонала за счет материальных и нематериальных стимулов, анализ личностных мотивов, развитие коммуникаций среди работников предприятия, предоставление возможности персоналу

принимать участие в обсуждении проблем. В результате у человека должна сформироваться объективная самооценка, потребность в постоянном самопознании и творческом саморазвитии.

Литература

1. Кастрюлина Ю.М. Социальная ответственность в инновационной экономике и государственные приоритеты в формировании человеческого капитала.
2. Ивелчина А. Нематериальная мотивация // Справочник по управлению персоналом. – 2011. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pro-personal.ru/journal/490/223673/?sphrase_id=297599, своб.
3. Мартянова Е.А., Крикунекно Д.А. Современные инструменты креативности формирования креативности персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sbmt.bsu.by/Data_RUS/ContBlocks/01116/Martjakova.pdf, своб.

УДК 330.16

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО И ЕВРОПЕЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.

Ким Ки Сун

Научный руководитель – д.э.н., профессор Б.Б. Коваленко

Многие зарубежные страны успели накопить немало опыта за прошедшее время в области теории и практики управления в промышленности, сельском хозяйстве, торговле и другие с учетом своих специфических черт. Но наша российская наука управления развивалась самостоятельно и обособленно, в основном игнорируя зарубежный опыт искусства управления. В течение долгого времени в нашей стране доминировала командно-административная система управления, регулярно критикуя зарубежный опыт управления. Однако, опыт ведения бизнеса и осуществления менеджмента богат, зачастую неоднозначен и весьма полезен для изучения. Актуальность заключается в том, что создание собственной модели менеджмента требует, с одной стороны, изучения всего ценного, что содержится в зарубежной теории и практике, а с другой – использования его лучших достижений в своей деятельности.

Целью работы является изучение особенностей западноевропейской модели менеджмента, сравнение его с российским. Для этого поставлена следующая задача: рассмотреть зарубежные модели менеджмента и современный российский менеджмент.

В данной работе, кроме исследования европейского менеджмента, мы попробуем проследить за вопросом о внедрении европейского метода управления в российские учреждения. Заимствовав опыт у западных организаций, возможно, удастся избежать в дальнейшем ошибок и выйти на мировой уровень менеджмента.

Литература

1. Бенгт Карлефф, Фредрик Хэлин Левингссон. Менеджмент от А до Я концепции и модели / Пер. с англ. Екатерины Карповой и Павла Миронова. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2006. – 441 с.
2. Лузин А. Ключевые концепции современного менеджмента: Словарь управленческого революционера. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 184 с.
3. Шипилова О.А. Основатели эффективных компаний / Под ред. М. Фрезе Пер. с нем. – Х.: Изд-во Гуманитарный центр, 2006. – 336 с.

ADVERTISEMENT. CREATIVE WAY OF GOODS PROMOTION

D.V. Konovalova

Научный руководитель – ст. преподаватель V.M. Trubnikova

What is advertisement? Advertising – a dynamic, rapidly transforming sphere of human activity. Advertising – a work of art. Advertisement, as a single production process. The problem of advertising effectiveness.

The phenomenon of advertising. The emergence of various advertising schools: marketing, sociological, psychological, historiography. Importance and development in selected areas of commercial and non-commercial advertising – banking, insurance, social, political, environmental, sports advertising. Advertising, as an object of study. Advertising messages is a central link of organization. The purpose of advertisement.

Objectives of advertisement. Little from the history of advertisement. Advertising management – the strategy of the organization. Function of advertisement. The psychological impact of advertisement on the individual. Advertising is a method of forming attitudes of person. Types of advertisement. Type of media advertisement on financial basis. Advertisement at the place and method of placement. Advertisement in the media. TV advertisement. Internet advertisement. Specific types of advertising objectives. Counter advertisement. Anti-advertisement. Analysis and selection of the optimal means of advertisement. New technologies in advertising business. Ways of distributing advertisement. Regulation of advertisement. The role of advertisement in modern society. The essence of the advertising business in the modern world. The cost of advertisement. Rates of return of the advertising industry. Trends in the development of advertisement in future. Estimate of the advertising effectiveness. Advertising – a new culture of society.

ПРИРОДООХРАННОЕ НОРМИРОВАНИЕ НА ОСНОВЕ НАИЛУЧШИХ ДОСТУПНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: НОВЫЙ СТИМУЛ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Т.С. Кочегарова

Научный руководитель – ст. преподаватель С.Е. Копыльцова

В настоящее время стала очевидной необходимость реформирования национальной нормативно-правовой базы в области нормирования воздействия на окружающую среду. Существующее законодательство не способствует стимулированию процессов эффективной реализации природоохранных мероприятий и внедрения экологически безопасных оборудования и технологий на промышленных предприятиях.

В 2008 г. в России была начата работа по изменению нормативно-правовой базы для осуществления перехода на комплексные экологические разрешения и нормирование негативного воздействия на окружающую среду на основе наилучших доступных технологий (НДТ) (Best Available Technologies, BAT). Согласно принятой терминологии наилучшей считается та технология, которая является наиболее эффективной как в достижении результатов по охране окружающей среды, так и при получении экономической выгоды. Она также должна быть доступна для внедрения в соответствующую отрасль промышленности с учетом экономической и технической обоснованности.

В Европейском Союзе основным принципом природоохранного законодательства является постоянное снижение воздействия на окружающую среду. Для создания равновесия между требованиями максимального уменьшения загрязнения и реальными техническими

возможностями в Директиве 2008/1/ЕС от 15.01.2008 г. «О комплексном предотвращении и контроле загрязнений» был предложен механизм расчета показателей допустимого воздействия на основе НДТ. С целью обеспечения защиты окружающей среды путем совершенствования системы управления и контроля за производственными процессами промышленных предприятий Директивой предусмотрена система выдачи комплексных разрешений на осуществление хозяйственной деятельности для определенных категорий промышленных объектов.

Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации выступило с предложением разделить все предприятия по степени влияния на окружающую среду на три группы:

- незначительно воздействующие на окружающую среду (примерно 1 млн. российских предприятий) – к ним будут применены декларативные принципы при расчете выплат за негативное воздействие («они будут просто сдавать декларации...»);
- умеренно воздействующие (по расчетам Минприроды России около 290 тыс. предприятий) – «их воздействие будет по-прежнему нормироваться, и они будут наказываться за нарушение требований»;
- наиболее опасные (более 11 тыс. предприятий, которые обуславливают 99% негативного воздействия, из них около 200 являются особо крупными загрязнителями, которые министерство отнесло к «горячим точкам» («территории с высокой степенью загрязнения»); 50% выбросов в воздух приходится примерно на 64 предприятия, а 50% сбросов в воду – примерно на 110 предприятий). Именно для этой группы переход на НДТ будет приоритетным.

Внедрение НДТ позволит ускорить технологическое развитие страны в целом, улучшить экологическую обстановку страны, повысить экологическую безопасность промышленных объектов и создать эффективную систему экологического менеджмента, а также повысить конкурентоспособность российских предприятий на мировом рынке. Предприятия, которые будут стремиться к экологически чистому производству, получат приоритет в отношении платы за негативное воздействие, тем самым снизят общие затраты. Для предприятий, не выполняющих работы в направлении улучшения экологических характеристик производства и превышающих разрешенные объемы выбросов, к стандартным выплатам будут применяться повышающие коэффициенты, увеличивающие размер платы в 25 и даже 100 раз.

С учетом того, что многие отечественные предприятия работают на устаревшем и изношенном оборудовании – по данным Росстата степень износа основных фондов на 2010 г. составила 47,1%, – в случае обязательного перехода на НДТ они неизбежно столкнутся с угрозой возникновения кризисной ситуации.

Цель исследования состоит в оценке инновационного потенциала отечественных предприятий в условиях предстоящего перехода на новый принцип природоохранного нормирования.

Задачами дальнейшей научной работы являются выбор объекта исследования из числа предприятий, отнесенных к категории «наиболее опасные» для окружающей среды, анализ значимых факторов, оказывающих влияние на его устойчивость, а также проведение экономической оценки инновационного развития предприятия в новых условиях, определение экологического и экономического эффекта.

2013 г. объявлен годом охраны окружающей среды в России. Возможно, этот факт станет дополнительным стимулом для осознания полезности применения наилучших доступных технологий на отечественных предприятиях.

Литература

1. Королева Е.Б., Жигилей О.Н., Кряжев А.М. и др. Наилучшие доступные технологии: опыт и перспективы. – СПб: ООО «Ай-Пи», 2011. – 123 с.

2. Кочегарова Т.С., Копыльцова С.Е. Экологические аспекты антикризисного управления предприятием // Материалы IV Молодежного Экологического Конгресса «Северная Пальмира». – СПб: СПб НИЦЭБ РАН. – 2012. – С. 318–321.

УДК 338.47: 338.462

ОСОБЕННОСТИ ЛОГИСТИКИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

П.Н.Кряков

Научный руководитель – д.э.н., профессор И.С. Минко

Инновационная деятельность для одних предприятий и организаций является основной, целевой и постоянной (научно-исследовательские, проектно-конструкторские и опытно-экспериментальные организации), для других – деятельностью, обеспечивающей эффективность и конкурентоспособность основного производства (большинство предприятий различных отраслей и видов экономической деятельности). Во всех случаях инновационную деятельность сопровождают потоки – материальные, энергетические, информационные, денежные. Первые два – потоки вещества и энергии присущи любым процессам, составляя их содержание. Потоки информации и денег в материальном производстве выполняют обеспечивающие функции, сопровождают основной процесс [1]. В инновационной сфере, особенно на стадиях научных исследований и разработок инновационных решений инновационные потоки являются основными. Информация образует входы и выходы этих стадий инновационных процессов. Цели исследований и разработок как раз и состоят в получении новой информации.

Данными обстоятельствами предопределяются задачи и содержание логистики в инновационной сфере. Следовательно, первая и главная особенность инновационного предприятия, осуществляющего процессы исследований и разработки инновационных решений, заключается в организации информационной логистики как главного системообразующего процесса.

Вторая особенность логистики инновационных предприятий тоже относится к информационной. Она обусловлена ролью коммуникаций в системе маркетинга инноваций. Инновационная продукция несравненно больше, чем освоенная, нуждается в усиленной разъяснительной рекламе, презентациях и других средствах продвижения на рынке.

Третья особенность также относится к информационной логистике. Имеется в виду аналитическая функция информации. Задачи логистики в этой области – максимально полно, быстро и точно обеспечивать потребности инновационного предприятия в научно-технической информации, информации о рынке, о потребностях, которые могут быть удовлетворены с помощью инновационных продуктов и технологий.

Другие особенности логистики инновационных предприятий касаются распределительной логистики (когда требуется создание новых систем сбыта принципиально новой продукции), снабженческой (в случаях сложных партнерских взаимосвязей организаций), финансовой (при финансировании крупных проектов) и др. Учет особенностей инновационных предприятий при управлении логистикой способствовал бы оптимизации управляемых систем [2].

Литература

1. Алесинская Т.В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 116 с.
2. Голоскоков В.Н. Особенности инновационной логистики и ее применение в сфере железнодорожного транспорта // Креативная экономика. – 2007. – № 6(6). – С. 75–82

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/3490/>, своб.

УДК 340

МУСУЛЬМАНСКОЕ ПРАВО В СОВРЕМЕННОМ АСПЕКТЕ

К.Т. Кузина

Научный руководитель – к.и.н., доцент Т.Д. Засорина

Еще Б.Спиноза говорил, что «Понимание – начало согласия». Это тот фундамент, который выдержит любые нагрузки. К сожалению, в настоящее время мало распространено взаимопонимание между людьми, от того происходят всякого рода неприятные явления, как, например, войны. Чтобы не допустить подобного, необходимо воспитывать в себе способность понимать других. А добиться этого можно, изучая историю интересующего народа, его культурные, правовые и моральные ценности.

Целью работы является изучение проблемы взаимодействия мусульманской и континентальной правовых систем, попытка выявить причины непонимания и конфликтов, лежащих в правовой плоскости.

В связи с глобализацией у такой могущественной страны, как Россия, появляется прекрасная возможность развивать экономические отношения с соседними странами, в том числе со странами СНГ. На сегодняшний день неохваченными остаются страны Ближнего Востока, известные еще с древних времен своими природными богатствами и высокой степенью развития. Именно их народы первыми стали выращивать многие культурные растения, именно там возникли и развивались такие ремесла, как изготовление изделий из драгоценных металлов и камней, строительство кораблей, выработка тканей и др. Высокие темпы развития, обилие необычных и интересных для других народов товаров подтолкнули к разрастанию экономических отношений.

Очевидно, потенциал есть, к тому же большой. Россия, будучи передовой и дальновидной страной, вполне может укрепить свои не только экономические, но и, что важнее, культурные отношения с мусульманскими странами. И первый шаг на этом важном пути – ознакомление с культурными особенностями народов Ближнего Востока.

Мусульманское право хорошо отражает культурную и моральную стороны мусульман. Тесно связанное с религией и с цивилизацией ислама, с местными традициями и обычаями, оно отлично вписывается в быт населения. Право возникло как часть шариата, нормы и предписания которого регулируют поведение мусульман в повседневной жизни в их отношениях между собой и с властью.

«Судить о человеке надо, основываясь главным образом на его обыденных поступках, наблюдая его повседневное существование» М. Монтень.

Вывод: экономические отношения, как и любые другие межличностные и межгрупповые взаимоотношения, тогда плодотворны, когда обе стороны уважительно и с почтением относятся друг к другу. Эта проблема актуальна во все времена.

ПРОБЛЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Е.Д. Кузнецова

Научный руководитель – д.э.н., профессор Б.Б. Коваленко

На каждом этапе своего развития предприятие стремится к определенным целям. Они могут быть различны, также как и методы их достижения. Для того чтобы оценить близость цели, необходимо выработать критерии оценки деятельности предприятия. Большинство компаний сосредоточены только на финансовых результатах. Но такая система оценки деятельности предприятия не соответствует управлению современной компанией. Какая стратегия управления компанией отвечает современным требованиям и приведет к ее эффективной деятельности?

В начале 1990-х годов в рамках данной проблемы была проведена серия исследований в области методик измерения эффективности деятельности бизнеса с учетом внешних и внутренних взаимосвязей бизнес-процессов, а также финансовых и нефинансовых показателей. Профессорами Д. Нортон и Р. Капланом, была разработана концепция сбалансированной системы показателей (Balanced Scorecard) (ССП).

Концепция Д. Нортон и Р. Каплана остается актуальной и сегодня, поэтому целью моего исследования является рассмотрение проблемы сбалансированного управления фирмой на примере различных компаний мира.

По сути СПП – это механизм взаимосвязи стратегических замыслов и решений с ежедневными задачами, способ направить деятельность всей компании (или группы) на их достижение. Дизайн СПП должен содержать шесть обязательных элементов:

1. перспективы (perspectives) – компоненты, при помощи которых проводится декомпозиция стратегии с целью ее реализации. Обычно используются четыре базовые перспективы (финансы, клиенты, процессы, персонал). Каждое направление оформляется в виде стратегических карт;
2. стратегические цели (objectives) определяют, в каких направлениях будет реализовываться стратегия;
3. показатели (measures) – это метрики достижений, которые должны отражать прогресс в движении к стратегической цели. Показатели подразумевают определенные действия, необходимые для достижения цели, и указывают на то, как стратегия будет реализована на операциональном уровне;
4. целевые значения (targets) – количественные выражения уровня, которому должен соответствовать тот или иной показатель;
5. причинно-следственные связи (cause and effect linkages) должны связывать в единую цепочку стратегические цели компании таким образом, что достижение одной из них обуславливает прогресс в достижении другой (связь по типу «если – то»);
6. стратегические инициативы (strategic initiatives) – проекты или программы, которые способствуют достижению стратегических целей.

Следует отметить, что каждый из шести необходимых элементов СПП обычно формулируется с большей детализацией. Процесс создания стратегии при создании сбалансированной системы показателей обычно реализуется сверху вниз и осуществляется в несколько этапов. О сбалансированной системе показателей (Balanced Scorecard) в России узнали относительно недавно. На Западе концепцию Balanced Scorecard вот уже более 10 лет эксплуатируют десятки наиболее успешных предприятий. Среди них такие известные компании, как Mobil, AT&T, SIGNA, UPS, Philips, Motorola, Hilton, Hewlett Packard, Siemens, DuPont, ABB, AVON, Tri-City Community Bank, OFS Bank и прочие.

В результате исследования была изучена сбалансированная система показателей, которая является действующим инструментом повышения эффективности управления, и ее

применение в различных компаниях мира. Подробное рассмотрение ССП показало, что основным преимуществом данной системы является полная и структурированная информация о всех процессах и параметрах компании, что позволяет быстро и оперативно корректировать курс деятельности. Это имеет большое практическое значение для применения системы на предприятии. В нашей стране ССП имеет широчайшие перспективы и потенциал с точки зрения ее использования на отечественных предприятиях, что открывает возможности для перехода на качественно новую модель управления.

Литература

1. Нортон Д., Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – М.: Олимп-Бизнес, 2010. – 320 с.
2. Гершун А., Горский М. Технологии сбалансированного управления. – М.: Олимп-Бизнес, 2006. – 409 с.

УДК 340

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е.В. Курганова

Научный руководитель – к.и.н., доцент Т.Д. Засорина

Развитие цивилизации в настоящее время определено научными достижениями. Ученые, обмениваясь информацией, связанной с исследованиями в той или иной отрасли, объединенными усилиями решали важные научные задачи. В то же время предприниматели стали активно использовать научные разработки с целью извлечения из них прибыли путем внедрения в производство. Таким образом, именно соединение науки и практики позволило достичь внушительных результатов развития мира.

Целью работы является изучение и выявление правовых аспектов инновационной деятельности. Объектом исследования является законодательство, регулирующее инновационную деятельность и инновации, предметом исследования служат отношения, складывающиеся в процессе инновационной деятельности и правовые аспекты.

Для стабильного экономического развития и государственного регулирования важность инновационной деятельности признается не только в развитых странах, но и в России. В настоящее время инновационная деятельность в России переживает трудные времена. Это связано с тем, что до начала реформ крупномасштабные инновации осуществлялись государством. Поэтому специфика сложившейся на сегодняшний день ситуации заключается в том, что в стране имеются значительные технологические заделы, уникальная научно-производственная база и высококвалифицированные кадры, но в то же время в связи с общим экономическим упадком существует крайне слабая ориентация этого инновационного потенциала на реализацию научных достижений.

Инновационная деятельность осуществляется на основании Конституции Российской Федерации, федеральных законов и иных правовых актов Российской Федерации и субъектов Российской Федерации. Правовое обеспечение инновационной деятельности в современной России несовершенно. Внедрение инновационных технологий должно соответствовать правовым аспектам инновационной деятельности.

ИСТОКИ КОНЦЕПЦИИ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

В.Н. Лаппо

Научный руководитель – к.э.н., доцент А.В. Яковлева

Современные предприятия, ведя конкурентную борьбу, сталкиваются с проблемой коммодитизации – обезличивания предлагаемых благ из-за отсутствия каких-либо различий, существенных для потребителя. Коммодитизация связана с постоянным совершенствованием технологий как производственных, нивелирующих эти различия, так и информационных, позволяющих потребителям лучше ориентироваться на рынке. Оба фактора говорят о современном характере проблемы. Многие компании успешно применили на практике меры, которые позволили избежать превращения их товаров или услуг из марочных в рядовые. Примеры этих компаний и исследования потребительских характеристик благ стали предпосылками появления концепции «экономики впечатлений».

Впервые описанная в 1998 г. в одноименной статье Д. Пайна и Д. Гилмора [1] экономика впечатлений определяется как следующая ступень после аграрной (сырьевой), промышленной экономик и экономики услуг. Любое действие сопровождается неким впечатлением. Следовательно, продажа товара или оказание услуги может быть сопровождено впечатлением, более ценным, чем «исходное», т.е. более ярким и запоминающимся. И, следовательно, более высокооплачиваемым.

Истоки концепции лежат в различных исследованиях более раннего периода. Элвин Тоффлер, один из авторов концепции постиндустриального общества, в своей книге «Шок будущего» говорит о грядущей «индустрии впечатлений», где люди будут готовы тратить значительную часть своих сбережений, чтобы пережить захватывающие впечатления. В 1982 г. Холбрук и Хиршман написали статью об аспектах потребления, связанных с впечатлениями. Последующие публикации, затрагивающие эту тему, заставили серьезно взглянуть на нее, как ученых, так и предпринимателей.

В данный момент, концепцию уже нельзя назвать новой, ей посвящено множество книг по маркетингу, менеджменту и др. В то же время проводятся исследования, цель которых выявить воздействие впечатлений на потребителя. Инструменты ведения бизнеса в экономике впечатлений получили широчайшее практическое применение, что можно наблюдать ежедневно в самых разнообразных отраслях. Ориентированные на создание запоминающихся впечатлений компании используют образовательные, развлекательные и прочие аспекты, соединяя элементы дизайна, архитектуры, театра, других исполнительских видов искусства. Центральная задача маркетинга впечатлений – повышение лояльности к бренду. Для менеджмента экономика впечатлений выдвигает комплекс задач, связанных с подготовкой и координацией персонала, отвечающего потребностям ведения бизнеса в этой сфере. Формируется новый понятийный аппарат, который помогает изменить отношение и к клиенту (гостю), и к производимым действиям (рассматриваемым через призму актерской игры и др.).

Экономика впечатлений не является последней ступенью в ряду: сырье, товары услуги. Она рассматривается также как переходный этап к зарождающейся экономике трансформаций.

Литература

1. Пайн Джозеф Б. II, Гилмор Джеймс Х. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Вильямс, 2005. – 524 с.
2. Pine J. and Gilmore J. The Experience Economy // Harvard Business School Press. – Boston, 1999.
3. Schmitt B. Customer Experience Management // The Free Press, New York. – 2003.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА

Е.И. Мамонтова

Научный руководитель – к.э.н., доцент Л.Ю. Ласкина

Наличие в достаточном объеме финансовых ресурсов и их эффективное использование определяют хорошее финансовое положение организации, платежеспособность, финансовую устойчивость, ликвидность. В настоящее время многие предприятия испытывают недостаток в дополнительных средствах, которые могут быть направлены на расширение производства, модернизацию оборудования, погашение кредитов и пр. В этой связи важнейшей задачей предприятий является определение оптимальной структуры капитала и наиболее эффективное его использование для того, чтобы повысить уровень работы в целом.

Рациональная структура капитала предприятия позволяет ему успешно конкурировать с другими предприятиями и выходить на новые рынки сбыта.

Целью работы является изучение и сравнение основных методов оптимизации структуры капитала. При их выборе необходимо учитывать особенности деятельности субъектов хозяйствования и общее состояние экономики.

В работе представлены в сравнении пять основных методов оптимизации капитала.

1. По критерию минимизации уровня финансовых рисков. Он основывается на выборе источников финансирования различных групп активов предприятия.
2. По критерию его стоимости. Стоимость капитала дифференцируется в зависимости от источников его формирования. В процессе оптимизации структуры капитала по этому критерию исходят из возможностей минимизации средневзвешенной стоимости капитала.
3. По критерию эффекта финансового леввериджа. Он заключается в повышении рентабельности собственного капитала при увеличении удельного веса заемного капитала в общей его сумме до определенных пределов.
4. Метод «Дюпон».
5. Метод использования модели Модильяни-Миллера.

Приведенные подходы к оптимизации структуры капитала широко используются теоретиками и практиками в качестве оценки эффективности хозяйствования предприятия, при этом наибольшее распространение на практике получил подход, основанный на оценке эффекта финансового леввериджа. Логика очевидна – зная механизм взаимодействия уровня прибыльности собственного капитала и уровня финансового риска, становится возможным целенаправленно управлять структурой капитала предприятия в конкретных условиях хозяйствования. Кроме того, базовая формула расчета показателя леввериджа уже содержит в себе ссылку на структуру источников финансирования предприятия, что, по сути, сводит задачу оптимизации соотношения собственного и заемного капитала к нахождению значения плеча финансового рычага, максимизирующего эффект финансового леввериджа.

Литература

1. Подолякин В.И. Основы экономики организации: стоимость и структура капитала: учебное пособие. – Иваново: ИГТА, 2005. – 112 с.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consensus-audit.ru/dic/blank/optimizaciya-strukturyi-kapitala/>, своб.

ЗНАЧЕНИЕ ИНСАЙДЕРСКОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ИННОВАЦИОННОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ: БАЗОВЫЕ АСПЕКТЫ

О.П. Муха

Научный руководитель – к.ю.н., доцент А.В. Колотилин

В настоящее время в России идет активное развитие качественно новой, инновационной модели экономики, призванной вывести нашу страну в число мировых экономических лидеров. Формирование данной модели, в свою очередь, требует кардинального повышения уровня административно-управленческого, хозяйственного, правового и иного инструментария, который используется при управлении как экономикой государства в целом, так и отдельными ее отраслями. В частности, необходимо постоянно совершенствовать инструменты защиты прав и законных интересов отдельных субъектов хозяйственной деятельности, в том числе инвесторов, акционеров, государства. Одним из таких инструментов, несомненно, выступает институт охраны инсайдерской информации в хозяйственной деятельности. Правовая защита инсайда служит одной из важнейших основ обеспечения финансовой и хозяйственной безопасности не только отдельных организаций и индивидуальных предпринимателей, но и государства в целом. Современная инновационная модель управления и развития экономикой немыслима без такой защиты как основы нормального и экономически безопасного функционирования всех ее базовых областей.

Вместе с тем, стоит отметить, что в действующем законодательстве РФ о защите инсайдерской информации и связанной с ним правоприменительной практикой еще существуют отдельные нюансы, требующие совершенствования. Целью нашей работы выступает научно-правовой анализ основных аспектов, связанных с институтом инсайдерской информации с целью выработки рекомендаций по совершенствованию нормативно-правовых актов, которые закрепляют и регулируют данный институт.

В представленной научной работе рассматриваются основные правовые акты, которые регламентируют правовой режим инсайдерской информации, в частности, ФЗ РФ от 27 июля 2010 г. № 224 – ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и внесению изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», анализируется правовой статус субъектов инсайдерской деятельности. Особое внимание уделяется изучению статуса Федеральной службы по финансовым рынкам как основного органа федеральной исполнительной власти Российской Федерации, к полномочиям которого относится контроль за участниками инсайдерской деятельности.

На основе проведенного анализа основных проблем правового регулирования режима инсайдерской информации сделан вывод о том, что законодательство об инсайдерской информации нуждается в некоторых изменениях и дополнениях. Так, следует более точно определить содержание инсайдерской информации, чтобы исключить произвольное расширительное толкование данного института в целях сокрытия информации, имеющей большое значение для защиты законных интересов участников экономической деятельности, потребителей и государства. Кроме этого, необходимо детально определить порядок раскрытия и передачи данной категории информации с тем, чтобы, с одной стороны, были защищены права, прежде всего, имущественные, правообладателя, а, с другой стороны, не нарушены права получателей информации. Данные изменения и дополнения, по нашему мнению, позволяют превратить институт инсайдерской информации в неотъемлемый инструмент инновационной экономики современной и развитой России.

СИЛЕНД – ВИРТУАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВО С ФИЗИЧЕСКОЙ ТЕРРИТОРИЕЙ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Э.Р. Самедов

Научный руководитель – к.и.н., доцент Т.Д. Засорина

Введение. В мире существует много различных государств. Есть огромные страны, такие как Россия, США и т.д. Такие государства всегда на слуху и о них все знают. Маленькими странами принято называть, такие государства, например, как Швейцария, Дания, Латвия, Грузия. Но есть совершенно удивительный случай – страна «Силенд», в переводе с английского «морская земля». Вы не найдете ее ни на одной карте мира, ни в одном путеводителе. Она нигде не упоминается в официальных сводках. Силенд вполне благополучно существует физически со своей историей и территорией и полноправный субъект международных отношений с юридической точки зрения.

Цель работы – выяснить на сколько реально создать свое государство и заниматься на его территории предпринимательской деятельностью создавая свои законы и правила.

Основные положения. Изучение правовых основ создания государства, его международного статуса, правового аспекта деятельности (существования) Силенда, изучение политического строя, и жизни, рассмотрение данного вопроса с юридической точки зрения, плюсы и минусы виртуального государства с физической территорией.

Вывод. В результате работы, было выявлено, что княжество Силенд является развивающейся страной. С юридической точки зрения у него есть все возможности, чтобы получить признание суверенитета от других стран. Силенд относится к стране, которая не только дает своему народу возможность наслаждаться свободой выбора, но и реализовывать свои планы не нарушая правовое поле. При правильном использовании своих возможностей Силенд обязательно достигнет успехов в предпринимательской деятельности и в скором времени может именно это княжество будет играть огромную роль в мировой экономике.

РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ МЕХАНИЗМОВ ИНТЕГРАЦИИ РИД ВУЗОВСКОЙ НАУКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ СЕКТОР

Л.В. Силакова

Научный руководитель – д.э.н., доцент Г.П. Петропавлова

В настоящее время все большую актуальность приобретает направление деятельности, связанное с инновациями. Вопросу коммерциализации наукоемких разработок отводится особенное место руководством вузов как для реализации программы технологической модернизации и инновационного развития экономики, принятой Стратегией национальной безопасности РФ до 2020 г., так и в результате изменений и реформ, произошедших в высшей школе за последнее время. Речь идет о принятии поправок в Закон «Об образовании», Законе № 217-ФЗ принятом в 2009 г. и Постановлений №№ 218, 219 и 220. Все правительственные решения направлены на мотивирование и стимулирование к созданию экономики знаний.

В работе рассматриваются способы формирования среды, в которой вузы могли бы выполнять обе свои основные функции, с одной стороны, давать образование и воспитывать обучающихся, а с другой – выполнять научные исследования [1]. Особенно это важно сейчас

в связи с вступлением России в ВТО в 2012 г., поскольку российскому образованию необходимо стать конкурентоспособным на международном рынке образования.

Целью работы является обзор существующего опыта коммерциализации научного знания, производимого вузами, в бизнес и оценка применения данного опыта в России.

Сейчас университеты стремятся активно создавать и развивать инновационную инфраструктуру, уже признаны успехи у 29 вузов, победивших на конкурсе исследовательских университетов, проведенном в 2010 г. и получивших категорию Национального инновационного университета [2]. Однако процесс идет неравномерно, к тому же их деятельность направлена на различные виды деятельности и области науки, хотя имеют нечто общее. Представляет научный интерес изучение этого опыта.

Основным назначением инновационной инфраструктуры является формирование благоприятных условий для внедрения результатов интеллектуальной деятельности (РИД) в практику. Именно из-за существующих в разных университетах различных элементов, то существуют и различные механизмы интеграции. Укрупненно, все механизмы можно разбить на два блока: первый, созданы внешней средой (Правительством); второй, развивает сам вуз. Исследование направлено и на первое, и на второе. Данные механизмы рассмотрены на примере НИУ ИТМО, Томского ТПУ и др.

В работе предложена классификация существующих механизмов интеграции результатов научных исследований в предпринимательский сектор, основными элементами которого являются: организационные, финансовые, информационные и др.

Исследование этого вопроса направлено на улучшение показателей вуза и уточнение системы показателей деятельности Университета с учетом его специализации.

Литература

1. Розовски Г. Университет: руководство для владельца: перевод. с англ. – М.: Еврейский университет; Иерусалим: Гешарим. – 1995. – 412 с.
2. Портал STEPENI.RU / Ученые степени и звания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stepeni.ru/2010/04/28/15-rossijski-vuzov-stali-pobeditelyami-vtorogo-konkursa-nacionalnyx-issledovatel'skix-universitetov/>, своб.

УДК 658

СТАНДАРТЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

И.В. Сокуренько

Научный руководитель – д.э.н., профессор И.Г. Сергеева

Вступление. В современных условиях корпоративное управление приобретает все большее значение для развития бизнеса. Построение грамотной системы корпоративного управления становится стратегически важной задачей для любой компании, решение которой может повлиять не только на улучшение ее имиджа, но и способствовать достижению эффективности финансово-хозяйственной деятельности, способствовать устойчивому развитию компании в целом.

Целью работы является рассмотрение существующих моделей корпоративного управления в России и за рубежом, определение стратегически важных направлений совершенствования стандартов корпоративного управления в России.

Базовые положения исследования. Под корпоративным управлением понимают систему отношений между собственниками, управляющими компании и другими заинтересованными сторонами, которая направлена на решение вопросов, связанных с

обеспечением интересов всех заинтересованных сторон, обеспечением эффективности деятельности компании в текущем периоде, устойчивым ее развитием в долгосрочной перспективе.

Исторически сложились три типа моделей корпоративного управления: американская (англо-американская), азиатская (японская) и континентальная (немецкая, европейская), которые реализуют компании разных стран. Данные модели имеют принципиальные различия между собой, которые сведены к различному составу ключевых участников, уровню концентрации собственности, особенностям состава и функционирования Совета директоров, требованиям раскрытия информации и другим особенностям.

В России национальной модели корпоративного управления так и не сложилось. Корпоративное управление в России не обладает отличительными характерными особенностями, но имеет ряд схожих признаков с каждой из вышеперечисленных моделей. Так, например, для него характерна высокая степень концентрации собственности и доминирующая роль мажоритарных акционеров, к числу которых зачастую относится само государство. Однако все растущее количество выпуска акций российских компаний приближает корпоративное управление к моделям с распыленной собственностью.

Структура управления является трехуровневой: общее собрание акционеров, Совет директоров (наблюдательный Совет) и исполнительный орган. Организация работы Совета директоров имеет сходство с одноуровневыми Советами директоров в англо-американской модели: помимо внешних неисполнительных директоров в Совет директоров входят представители менеджмента.

Требования к раскрытию информации аналогично европейским моделям не являются такими жесткими, как в англо-американской модели.

При всем этом многие эксперты отмечают, что корпоративное управление в России, несмотря на сходство с зарубежными моделями, находится на очень низком уровне в сравнении с развитыми зарубежными странами.

В работе было определено, что основным направлением повышения качества корпоративного управления в России является, прежде всего, совершенствование корпоративного права, а именно в области взаимоотношений между акционерами и менеджментом, между мажоритарными и миноритарными акционерами; в области обеспечения информационной открытости и прозрачности ведения бизнеса, в области осуществления контроля и других сферах. Необходимо при этом учитывать передовые методы и международные стандарты в данной области.

Основной результат. В работе рассмотрены существующие модели корпоративного управления, определены основные направления совершенствования корпоративного управления в России.

УДК 338.664

ОЦЕНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ В СЕГМЕНТЕ КОНДИТЕРСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Ю.К. Сосковец

Научный руководитель – д.э.н., доцент Г.П. Петропавлова

Постоянный мониторинг состояния отечественных предприятий пищевой промышленности является важнейшим участком работы Правительства любой страны, а также необходимым условием обеспечения ее продовольственной безопасности, под которой понимается гарантия физической и экономической доступности для каждого гражданина продуктов питания, соответствующих требованиям законодательства о техническом

регулировании в объемах, необходимых для активного и здорового образа жизни. Нами для целей проводимого исследования была выбрана кондитерская промышленность Российской Федерации, поскольку данная продукция является одним из важнейших элементов рациона питания населения нашей страны.

В данной работе дается оценка уровня потребления кондитерской продукции в России, распределения объемов производства между иностранными и отечественными предприятиями, проанализированы проблемы развития последних. Представлены результаты деятельности лидирующего предприятия в рассматриваемом сегменте.

При исследовании было выявлено, что уровень потребления кондитерских изделий в России в течение последних лет остается достаточно высокими. Наибольшим спросом у россиян пользуются изделия из следующих сегментов: конфеты, глазированные шоколадной и шоколадно-молочной глазурью; печенье; торты и пирожные недлительного хранения; шоколад и шоколадные изделия. Суммарно на их долю приходится более 62% всего рынка.

Также было отмечено, что доля продукции отечественных производителей на рынке кондитерской продукции в 2011 г. составила 87,7%, и это свидетельствует о низком уровне риска в продовольственном обеспечении населения нашей страны этими продуктами питания в настоящее время. Сегодня наиболее известны кондитерские изделия под такими московскими марками производителей, как «Рот-Фронт», «Бабаевский», «Конфаэль», «СладКо», «Ударница», «Большевик», «А.Коркунов». Однако лидерство на российском рынке принадлежит ОАО «Холдинговая компания «Объединенные кондитеры». Данное предприятие входит в Группу «Гута» и является крупнейшим кондитерским предприятием в Восточной Европе, объединяя 19 российских фабрик, в том числе крупнейшие московские предприятия «Красный Октябрь», «Кондитерский концерн Бабаевский», «РОТ ФРОНТ».

Анализ результатов деятельности ОАО «Объединенные кондитеры» показал положительную динамику развития предприятия: отмечаются высокие темпы роста и увеличение доли продукции на рынке (в 2011 г. этот показатель составил 15,3%). Но также было отмечено, что за анализируемый период рентабельность затрат предприятия снижается на 3,3%, и в 2010 г. достигает значения 6,8%. Рентабельность продаж снизилась на 2,81% и составила в 2010 г. 6,35%, что говорит о снижении эффективности производственной и коммерческой деятельности предприятия.

Неустойчивое финансовое положение является следствием привлечения значительной суммы заемных средств на строительство и оснащение оборудованием новой производственной площадки. В связи с последним обстоятельством несколько радует положительная динамика коэффициента оборачиваемости активов, которая увеличилась по анализируемому периоду от 0,61 до 0,85 оборота.

Таким образом, анализ финансово-хозяйственной деятельности лидирующего предприятия показал наличие проблем в развитии, что требует принятия неотложных мер руководством предприятия. На основе данных баланса предприятия был сделан расчет оптимального варианта баланса, сделано сравнение с фактическими параметрами и выработаны некоторые рекомендации, которые основываются также на опыте развития предприятий кондитерской промышленности в зарубежных странах.

Литература

1. Евпланов А. В России начинается кондитерский бум // Российская Бизнес-газета, №827 (45). – Электронный ресурс [Режим доступа: <http://article.unipack.ru/37906/>].
2. Без конфет счастья нет. Краткий обзор рынка кондитерских изделий. Исследования компании Euromonitor International. – Электронный ресурс [Режим доступа: <http://foodmarket.spb.ru/>].
3. Обзор российского рынка шоколада 2010–2011 гг. – Электронный ресурс [Режим доступа: http://abrikosov-sons.ru/obzor_rossiyskogo_rynka/].

4. Официальный сайт Холдинга «Объединенные Кондитеры» – Электронный ресурс [Режим доступа: <http://unicconf.ru/>].

УДК 338.12

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ ПО БЮДЖЕТИРОВАНИЮ

И.А. Такеева

Научный руководитель – д.э.н., доцент Г.П. Петропавлова

Успешные предприятия характеризуются постоянным внедрением современных технологий управления, одной из которых сегодня является автоматизированная система бюджетирования (АСБ). Однако практика создания таких систем в России показывает, что число успешных внедрений от их общего числа невелико. В связи с этим встает вопрос определения состава причин, которые приводят к неудачам их внедрения, а также поиск наиболее выгодных предложений среди предлагаемых сегодня на российском рынке программных продуктов, реализующих данную технологию управления организацией.

Несмотря на большие достоинства западных систем автоматизации бюджетирования, они оборачиваются существенными недостатками для небольших компаний: громоздкость, избыточность функций, а главное – очень высокая стоимость. Например, внедрение АСБ питерской компании «Инталев» стоит 12–15 тыс. долл. США, кроме того, эта система отлично интегрирована с самой популярной отечественной бухгалтерской системой «1С». Поэтому малым и средним предприятиям необходимо обратить свое внимание на отечественные системы, поскольку они доступны по цене, а также характеризуются относительной простотой внедрения.

В составе программных продуктов, разработанных и продвигаемых отечественными фирмами (за исключением систем, построенных на базе Excel) можно назвать:

- BPlan;
- «Красный Директор»;
- BusinessBuilder PlanDesigner;
- «Инталев: Управление финансами»;
- «Инталев: Бюджетное управление»;
- «Инталев: Корпоративные финансы»;
- «Контур Корпорация. Бюджет»;
- «КИС: Бюджетирование».

Нами было проведено собственное исследование отечественных разработчиков АСБ, направленное на изучение таких вопросов, как:

- как долго компания работает на рынке;
- стоимость услуг обучения сотрудников;
- выяснение статуса компании – разработчик/диллер;
- место работы компании.

В последние годы решения российских компаний, предлагающих свои автоматизированные системы бюджетирования, по своей функциональности приблизились к западным аналогам. При этом они обычно отличаются более низкой ценой и лучшей интегрированностью с другими российскими программными пакетами.

Выбор системы автоматизации бюджетирования зависит в первую очередь от размера компании, имеющегося уровня развития бюджетирования, требуемого масштаба и адаптивности будущей системы, а также бюджета, который компания может выделить на проект внедрения продукта. Развитие компании и совершенствование процесса бюджетного управления со временем приводят к увеличению числа менеджеров, вовлеченных в этот процесс, объема и сложности анализа информации. Как следствие, требования к программе

возрастают. Поэтому нужно иметь в виду, что «срок жизни» большинства российских систем автоматизации бюджетирования при условии динамичного развития компании составляет 3–5 лет, после чего их необходимо заменять программами более высокого уровня. И именно в простоте и разумности этого подхода заложен возможный финансовый успех потенциальных потребителей этих услуг на российском рынке.

Литература

1. Описание КИС: Бюджетирование 2.2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cis2000.ru/cisBudgetingTwo/Description.shtml>, своб.
2. Система бюджетирования «Бюджет 1.3.» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finanalys.ru/programs/341/2246.html>, своб.
3. Бизнес-плюс: бюджетное управление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://infostart.ru/public/63988/>, своб.

УДК 339.923

ADVANTAGES OF PARTICIPATING IN ERASMUS MUNDUS PROGRAM

I.G. Udalova

Научный руководитель – ст. преподаватель V.M. Trubnikova

Erasmus Mundus is an education cooperation and mobility program of the European Union.

Objectives of Erasmus Mundus: cooperation between the higher education institutions in Europe and in the world; convergence of education degree structures in Europe; enhancement of the attractiveness of European higher education world-wide; creating a valuable framework for exchange and dialogue between cultures.

By supporting the mobility of students and academics throughout the world, Erasmus Mundus prepares its participants for life in a global, knowledge-based society.

Erasmus Mundus also coincides the most competitive knowledge-based economy in the world and a reference for high quality and excellence in education.

Advantages for students: participation in the European Higher Education of high level; improving employment opportunities for students through the recognition of qualifications and periods of study abroad; the acquisition of knowledge about Europe and European education; improving language skills, cross-cultural experience; academic exchange of knowledge, ideas, contacts.

Advantages for universities: constructing of long-term relationship between universities; improving the quality of teaching and students; implementation of mechanisms to facilitate mobility and acceptance of degrees; raising awareness and attractiveness of universities throughout the world; improving the image of the program through involvement in high quality program.

Students are particularly interested in the Erasmus Mundus Master Courses, because they anticipate an excellent education in a highly developed environment, alongside a highly specialized field of study and research. The scholarship is perceived as an additional strong encouragement to apply for Erasmus Mundus Master Courses. Students value mobility and the possibility to become acquainted with various cultures and they perceive EM as a huge step towards their planned career. The program's personal impact on the participants is diverse.

Russian students have a right to apply for Erasmus Mundus scholarships or directly across a number of specific course or through an exchange program between universities.

ПРЕИМУЩЕСТВА УЧАСТИЯ В ПРОГРАММЕ ЭРАЗМУС МУНДУС

И.Г. Удалова

Научный руководитель – ст. преподаватель В.М. Трубникова

Программа Эразмус Мундус представляет собой программу сотрудничества и мобильности в сфере высшего образования. Она направлена на повышение качества европейского высшего образования и укрепление интеллектуального взаимопонимания за счет сотрудничества с третьими странами, в том числе Россией. В рамках этой программы студенты и молодые ученые со всего мира имеют возможность получить последипломное образование в университетах Европы.

Цель программы Эразмус Мундус: сотрудничество между высшими учебными заведениями в Европе и в мире; сближение образовательных структур в Европе; повышение привлекательности европейского высшего образования во всем мире; создание хорошей основы для обмена и диалога между культурами.

Благодаря поддержке мобильности студентов и ученых во всем мире, Эразмус Мундус готовит его участников к жизни в глобальном, основанном на знаниях обществе.

Преимущества для студентов: участие в Европейском высшем образовании высокого уровня; улучшение возможностей трудоустройства студентов через признание квалификаций и периодов обучения за рубежом; приобретение глубоких знаний о Европе и Европейском образовании; совершенствование лингвистических навыков, межкультурного опыта; академический обмен знаниями, идеями, контактами.

Преимущества для вузов: создание долгосрочных связей между университетами; совершенствование качества преподавания; реализация механизмов содействия мобильности и признания ученых степеней; повышение узнаваемости, привлекательности университета во всем мире; улучшение репутации через вовлечение в программы высокого качества.

Студенты особенно заинтересованы в курсах Эразмус Мундус, потому что они дают отличное образование в высокоразвитой среде наряду с узкоспециализированной областью изучения и исследования. Стипендии являются дополнительным поощрением. Студенты получают возможность познакомиться с культурами различных стран, поэтому программа Эразмус Мундус – огромный шаг на пути к запланированной карьере.

Студенты из России имеют право подать заявку на получение стипендии Эразмус Мундус либо напрямую регистрируясь на определенный курс, либо через обменную программу между университетами.

УЧЕТ И УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ КАК ПРОБЛЕМА

А.М. Федорова

Научный руководитель – д.э.н., профессор Н.А. Шапиро

В современном мире люди стремятся быть предпринимателями, предпочтения в работе отдают управляющим должностям. Такая работа, безусловно, доставляет достойный доход, но и проблем становится больше. Необходимо учесть все затраты, предугадать препятствия, с которыми можно столкнуться в рабочем процессе, внимательно изучить рынок, следить за действиями конкурентов и многое другое. Одно из важнейших мероприятий в организации производственного процесса – это расчет. Необходимо правильно рассчитывать свои ресурсы, цены, возможности.

Целью работы является исследование эффекта риска и изучение путей снижения

данного.

Цены, по которым происходит купля-продажа фактора, называются капитальными ценами (купля-продажа фактора происходит по капитальной цене). Они формируются заранее для правильного функционирования рабочего процесса и минимизации неприятных моментов и препятствий, т.е. производится учет неопределенности и риска.

Риск – это оцененная любым способом вероятность, а неопределенность – это то, что не поддается оценке. Риск для каждого имеет свое значение. Для кого-то это способ заработать, но при этом такие люди жертвуют, как говорится, рискуют большими средствами, чем те, для кого риск – еще одно препятствие на пути, они стараются минимизировать средства при малейшем появлении риска.

Все-таки большинство людей относятся ко второму типу. Если рассматривать отношение к риску на примере предпринимателя, который устанавливает цену на свой товар, то он скорее заложит в нее возможные риски, чем потом потеряет намного больше.

Управление рисками, как правило, рассматривается как несложный и нетрудоемкий процесс. Больших проблем с его внедрением теоретически быть не должно. Но, к сожалению, нельзя сказать, что он успешно повсеместно внедрен. И дело здесь не только в технических трудностях, но и в традициях, которые часто приходится при этом ломать.

Рассмотрим, как оценивают риски руководители ведущих компаний, какие риски они считают наиболее важными и с какими трудностями сталкиваются при управлении рисками.

На вопрос: «Какие факторы представляют наибольший риск для нормальной и планомерной деятельности компании?» – были получены разные ответы.

Поскольку большинство руководителей понимают, что наибольший риск для работы компании представляют ошибки сотрудников, возможно, что количество фирм, руководители которых при оценке рисков полагаются лишь на опыт и знания менеджеров, со временем должно уменьшаться. Соответственно число компаний, не только использующих стандартные методы оценки рисков, но и реализующих утвержденную высшим менеджментом политику управления рисками (риск-менеджмент), должно увеличиться.

Таким образом, необходимость учета и управления рисками являясь очевидной задачей, однозначно решаемой, поскольку, при существовании нескольких причин следует использовать несколько механизмов учета и управления рисками.

Литература

1. Тэпман Л.Н. Риски в экономике: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 380 с.
2. Тарасевич Л.С., Гальперин В.М., Игнатъев С.М. 50 лекций по микроэкономике. – М: Экономическая школа, 2000. – 860 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Управленческие решения. Учебник. – М.: ИНФРА, 2005. – 278 с.
4. Финансы предприятий. Учебник / Под ред. Н.В. Колчиной. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 2008. – 413 с.

РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА ФРАНЧАЙЗИНГА В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ СТАНОВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ: БАЗОВЫЕ ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ

А.С. Шаталова

Научный руководитель – к.ю.н., доцент А.В. Колотилин

Торговые и хозяйственные отношения современной России отличаются многогранностью, сложносубъектным составом и постоянной лабильностью. Данные обстоятельства обусловлены созданием конкурентноспособной инновационной экономики. Одной из наиболее перспективных и рентабельных областей российской экономики выступает сфера общественного питания. Как показывает время, данная область экономики в наименьшей степени подвержена негативному воздействию внешних неблагоприятных факторов рынка, в том числе экономическим кризисам. В то же время, данная область экономических правоотношений в наибольшей степени востребована потребителем и поэтому нуждается в детальном правовом регулировании.

Последние годы развития сферы общественного питания характеризуются тем, что одним из ее неотъемлемых элементов становится франчайзинг, т.е. открытие целых сетей заведений общепита под брендом известных российских и международных кампаний. Подобные заведения охватили всю Россию. В то же время, правовая регламентация отношений франчайзинга до сих пор не идеальна, что делает данную проблему в значительной степени актуальной.

Целью работы выступает исследование основных правовых аспектов регулирования института франчайзинга и возможностей дальнейшего его совершенствования и развития, а также выработка предложений по повышению качества законодательства, которое регламентирует договорные отношения в этой сфере.

В данной научной работе исследуется институт франчайзинга и его роль в развитии экономических и торговых отношений в Российской Федерации, изучается влияние данного института на расширение рынка общественного питания, а также рассматриваются базовые правовые аспекты регулирования договора франчайзинга. В качестве отдельного момента рассматриваются перспективы развития института франчайзинга в ближайшее время.

В процессе изучения заявленных проблем автором был сделан вывод о том, что, в целом, институт франчайзинга в сфере общественного питания развивается в России успешно и наблюдается устойчивая тенденция к расширению сферы деятельности организаций общепита на основе франшизы. Однако вместе с тем существуют определенные проблемы правового регулирования в данной сфере. В частности, следует более определенно закрепить права и обязанности сторон договора, а также основания и порядок изменения и прекращения договора франчайзинга. Кроме этого, требует детальной регламентации право арендатора франшизы на ее передачу в субаренду третьим лицам. Данные изменения позволят усовершенствовать использование франчайзинга в пищевой сфере и, следовательно, расширить указанный сегмент российской экономики.

ИЗМЕНЕНИЯ В НОВОМ ЗАКОНЕ ОБ ОБРАЗОВАНИИ В РФ

С.А. Штейнгарт

Научный руководитель – к.и.н., доцент Т.Д. Засорина

Вступление. Уровень образования является одним из основных показателей экономической мощи любой державы. Не вызывает сомнения, что от того, как мы научим и воспитаем молодое поколение, будет зависеть развитие нашей страны, ее прогресс. Поэтому крайне необходимо уделять повышенное внимание к вопросам связанным с обучением и образованием в целом.

Целью работы является рассмотрение изменений в новом законе «Об образовании в Российской Федерации», который вступает в силу 1 сентября 2013 г., по сравнению с двумя предшествующими ему законами: «Об образовании» 1992 г. и «О высшем послевузовском профессиональном образовании» 1996 г.

Основная часть. Работа над данным законом длилась почти пять лет. Он широко обсуждался общественностью. Принят Государственной Думой 21 декабря, одобрен Советом Федерации 26 декабря и подписан президентом 30 декабря 2012 г. В итоге, российском образовании, появились следующие нововведения.

В школах:

- преимущественное право записи в первый класс тех детей, кто проживает на закрепленной территории;
- индивидуальный отбор детей в школы с углубленным изучением предметов возможен только в средних и старших классах;
- отбор детей по конкурсу в творческие учебные заведения;
- закрыть сельскую школу можно будет только с одобрения сельского схода.

В колледжах и техникумах:

- закрытие профтехучилищ, которые предлагают программы начального профобразования;
- право учебных заведений на инклюзивные и интегрированные программы и отбор учащихся.

В вузах:

- результаты ЕГЭ будут действительны пять лет;
- список льготников при поступлении сократится;
- устанавливается квота для поступления детей-инвалидов, других категорий инвалидов в пределах (10 процентов), все другие категории пойдут учиться бесплатно на подготовительные отделения вузов;
- бесплатное обучение на подготовительном отделении вуза допускается лишь один раз;
- все вузы, включая частные, будут обязаны участвовать в мониторинге Министерства образования и науки Российской Федерации.

Заключение. При детальном прочтении данного закона возникает двойное ощущение: с одной стороны прослеживается множество инновационных положительных моментов (например, четко прописаны понятия сетевого и электронного обучения), а с другой стороны мы теряем наше фундаментальное советское образование (например, копирование американской школьной системы, где студент сам выбирает себе ограниченное число курсов). В любом случае, данный закон необходимо дорабатывать и совершенствовать в соответствии с лучшими мировыми стандартами и учитывать при этом мнение научного сообщества.

Литература

1. Закон РФ от 10.07.1992 N 3266-1 «Об образовании».
2. Федеральный закон от 22.08.1996 N 125-ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании».
3. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/01/10/zakon.html>, своб.
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tv.russia.ru/video/diskurs_13738/, своб.

УДК 330

СТРАХОВАНИЕ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМИ РИСКАМИ

А.В. Яковлев

Научный руководитель – к.э.н., доцент А.В. Яковлева

Анализ сущности и основных причин возникновения риска, а также опыт человечества показывают, что практически в любой сфере человеческой деятельности существует множество самых разнообразных рисков. Не является исключением и предпринимательская деятельность, которая сопряжена с риском, порождаемым неопределенностью, конфликтностью, изменчивостью целей и др. Риск стал объективной реальностью предпринимательской деятельности, затрагивающей каждого хозяйствующего субъекта, реальностью, с которой нельзя не считаться.

Из объективного существования риска следует, что предпринимателю надо не избегать риска, а уметь оценить степень риска и принимать меры к снижению отрицательных последствий наступления рискованных событий. В этих условиях возникает потребность в определенном механизме, который позволил бы наилучшим из возможных способов с точки зрения поставленных предпринимателем (фирмой) целей учитывать риск при принятии и реализации хозяйственных решений.

Таким механизмом является управление риском (риск-менеджмент). Управление риском можно охарактеризовать как совокупность методов, приемов и мероприятий, позволяющих в определенной степени прогнозировать наступление рискованных событий и принимать меры к исключению или снижению отрицательных последствий наступления таких событий [3, 25].

Одним из наиболее распространенных методов управления рисками является страхование. В научной литературе по страхованию отмечается многозначный характер термина «страхование», поэтому и страхование рассматривается, как правило, с разных позиций. О страховании говорят с экономической и юридической точек зрения [6, 19, 5, 436], социально-экономический, финансовый и юридический аспекты страхования выделяет М.А. Ёлкин [4, 15]; о многоаспектности страхования также пишут В.С. Белых и И.В. Кривошеев [1, 12]. В частности страхование представляет собой систему экономических отношений, основанную на принципе солидарного замкнутого распределения (разложения) возможных (потенциальных) имущественных потерь, вызванных экстраординарными обстоятельствами, материальной формой которых выступает страховой фонд, используемый в целях возмещения (покрытия) непредвиденных или непредотвратимых (случайных) убытков или обеспечения иной имущественной потребности лицам, участвующим в его создании [2, 300].

В рыночной экономике, исходя из характеристики объектов страхования, целесообразно выделять четыре основные отрасли страхования: личное, имущественное, страхование ответственности и рисков. В свою очередь отрасли делятся на подотрасли и виды, звенья которых располагаются так, что каждое последующее звено является частью предыдущего.

Наименее исследованным и разработанным на сегодняшний день является страхование

предпринимательских рисков. Оно представляет собой отношения по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий за счет денежных фондов, формируемых их уплачиваемых ими страховых взносов, которое позволяет минимизировать практически все имущественные, а также многие политические, кредитные, коммерческие и производственные риски.

Литература

1. Белых В.С., Кривошеев И.В. Страхование право. – М.: Изд-во НОРМА, 2001. – 224 с.
2. Гражданское право: В 4 т. Т. 4: Обязательственное право / Отв. ред. Е.А. Суханов. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Волтерс Клувер, 2006. – 720 с.
3. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело и Сервис, 2010. – 208 с.
4. Ёлкин М.А. Система правового регулирования страхования в Российской Федерации (финансово-правовой аспект): автореф. канд. юрид. наук. – М., 2003. – 24 с.
5. Серебровский В.И. Избранные труды по наследственному и страховому праву. – М.: Статут (в серии «Классика российской цивилистики»), 1997. – 567 с.
6. Худяков А.И. Страхование право. – СПб: Издательство Р. Асланова «Юридический центр Пресс», 2004. – 691 с.

УДК 338.27

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА ДО 2020 Г.

А.С. Якубовская

Научный руководитель – к.э.н., доцент А.М. Коростелева

Центральный федеральный округ (ЦФО), обладает наивысшей в стране концентрацией научного и инженерного потенциала, самой развитой производственной, транспортной и энергетической инфраструктурой, лучшими в стране возможностями для ведения предпринимательской деятельности.

Фактически ЦФО задает ритм развития для всей России, но и проблемы округа автоматически становятся проблемами всей страны. Решение многих из этих проблем: демографических, энергетических, транспортных, экологических требуют скоординированной политики государства и принятия решений на федеральном уровне.

В 2010 г. Распоряжением Правительства Российской Федерации была утверждена Стратегии социально-экономического развития ЦФО на период до 2020 г.

В данной работе произведена оценка достижимости прогнозных значений представленных в Стратегии.

Актуальность анализа обусловлена тем, что при своевременном его проведении могут быть выявлены слабые стороны стратеги. Это позволит вовремя отреагировать и скорректировать основные мероприятия таким образом, что их реализация будет позволять наиболее эффективно решать существующие проблемы.

Основным показателем, характеризующим социально-экономическое положение округа, является валовой региональный продукт (ВРП).

Для оценки достижимости прогнозных значений представленных в Стратегии развития ЦФО был проведен корреляционно-регрессионный анализ зависимости ВРП от инвестиций в основной капитал и реальных расходов населения с 2000 по 2010 г.

При корреляционно-регрессионном анализе была получена модель, наиболее близка описывающая данные, с помощью этой модели был сделан прогноз ВРП ЦФО до 2020 г.

Данные значения сравнивались со значениями, указанными в Стратегии развития ЦФО на тот же период.

Были получены следующие результаты:

- прогнозные значения ВРП, приведенные в Стратегии социально-экономического развития ЦФО на период до 2020 г., значительно превосходят прогнозные значения, рассчитанные по регрессионной модели в 2015 г. в 1,35 раза, а в 2020 г. в 1,8 раза;
- прогнозное значение ВРП 2015 г. опубликованное в «Стратегии» довольно близко подходит к верхнему пределу доверительного интервала, и можно предположить, что если в период с 2010 по 2015 г. не произойдет спадов, то это значение в 2015 г. будет достигнуто;
- прогнозное значение ВРП 2020 г. опубликованное в «Стратегии» превосходит 1,5 раза верхнюю границу доверительного интервала, построенного по тренду зависимости ВРП от времени, это значение будет достигнуто, в случае, если экономика региона будет развиваться по экспоненциальному тренду, что практически невозможно;
- по данным, полученным при проведении регрессионного анализа, ВРП ЦФО только к 2020 г. достигнет значения заданного в стратегии для 2015 г., т.е. планируется ускоренное социально-экономическое развитие региона;
- в Стратегии развития не прописаны конкретные мероприятия, которые могут способствовать увеличению ВРП ЦФО в 3,4 раза к 2020 г.;
- так же планируется, что к 2020 г. структура ВРП останется практически неизменной.

Можно сделать вывод, что в Стратегии представлены необоснованно завышенные показатели, которые необходимо скорректировать.

Научная новизна полученных автором результатов исследования заключается в следующем:

- разработана концепция формирования стратегии развития, в рамках которой предложены направления организационно-структурных и экономических изменений;
- установлены и исследованы организационно-экономические особенности развития структурных компонентов, характеризуемых набором существенных параметров, позволяющих сгруппировать их по категориям и типам;
- разработан алгоритм формирования стратегий развития ЦФО до 2020 г., обеспечивающий пригодность их к практической реализации;
- выявлена регрессионная модель развития ЦФО, которую можно применять и для расчета показателей в других округах.

УДК: 65.011.56

**УНИВЕРСАЛЬНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ КАРТА.
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ**

Е.А. Егорова

Научный руководитель – ст. преподаватель Т.Б. Полторацкая

Универсальные электронные карты, предлагаемые правительством РФ, станут не только единым документом, но и удобным платежным средством, как в стране, так и за рубежом. УЭК позволит избавить россиян от необходимости иметь (и в том числе менять) большой объем различного рода документов, подтверждающих личность.

Через УЭК «можно будет обратиться в органы власти, к чиновникам. Она будет играть роль и паспорта и пенсионного удостоверения. Одним словом – единый документ».

Появление универсальной электронной карты, прежде всего, заинтересованы те, кому «необходимо уйти от бюрократизма при оформлении и использовании социальных услуг и получить возможность удобного поиска при оперативном запросе актуальной информации по налогам, пенсионным программам».

Актуальность внедрения УЭК в масштабах всей страны продиктована успешным опытом использования социальных карт в ряде регионов страны. «Положительный опыт использования социальных карт есть в Москве, Республике Башкортостан, Татарстане. Введение УЭК, помимо унификации функционала, предусматривает и развитие инфраструктуры по ее приему».

Пока пользование универсальной электронной картой необязательно, но при удачном завершении проекта ее отсутствие скорее станет минусом, чем плюсом, так как эта карта предполагает ряд преимуществ для граждан. Все зависит от того, станет ли эта карта универсальной не только по названию: удастся ли совместить социальную опцию с платежным приложением.

В числе преимуществ универсальной карты можно выделить возможность ее использования как в России, так и за рубежом. Технических ограничений для работы УЭК с международными платежными системами нет. В России планируется выпустить 120 млн. универсальных карт, что является существенным показателем. Разумеется, что такой стратегический проект не остался без внимания представителей международных платежных систем, они были привлечены к обсуждению ряда аспектов взаимодействия. Важным остается вопрос договоренности с платежными системами о взаимных комиссиях. При взвешенном подходе к внедрению новой системы, учитывающем как технические, так и коммерческие аспекты, карты Visa и MasterCard, к которым многие успели привыкнуть, будут обслуживаться в России точно так же, как УЭК за рубежом».

В то же время было бы правильнее сделать совмещенную карту с зарубежными платежными системами, перенеся при этом часть бюджетных расходов на западные платежные системы, которые будут заинтересованы в таком сотрудничестве.

УДК 663.15

ФЕРМЕНТИРОВАННОЕ РАСТИТЕЛЬНОЕ СЫРЬЕ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Н.Н. Джалилова

Научный руководитель – д.т.н., профессор А.В. Федоров

В настоящее время растительное сырье вновь становится востребованным для создания оздоровительной, в том числе функциональной, безалкогольной продукции. Функциональные напитки на натуральной основе медленно, но стабильно насыщают потребительский рынок. Разрабатываются и осваиваются в производстве функциональные напитки тонизирующие, антистрессовые, энергетические, изотонические, диетические, диабетические, гипотонические, гипертонические с детоксикационным действием. Вещества, формирующие полноту вкуса, специфику аромата и биологическое действие экстрактов, связаны с определенными клеточными структурами растительного сырья. Извлечение и перевод их в растворимое состояние возможны только при осуществлении гидролиза различных полимеров сырья. Известен факт влияния на процесс ферментативного катализа как ферментов самого сырья, так и вносимых дополнительно извне. К настоящему времени разработана технология экстрактов и на их основе – концентратов из растительного сырья с применением комплекса ферментных препаратов. В результате исследований было доказано

рациональное использование в составе экстракта цитопектопротеолитического комплекса для наземной части растения или цитопектопротеоамилолитического комплекса для растительных смесей, включающих корневище и корень растения.

Ферментативный гидролиз смесей растительного сырья при оптимальных температурных параметрах и значениях pH экстрагируемой среды способствует более полному обогащению получаемых экстрактов природными экстрактивными веществами, в том числе продуктами гидролиза некрахмальных соединений, низкомолекулярными соединениями белковой и углеводной природы, красящими и ароматизирующими соединениями. Практика промышленного освоения биоконверсии растительного сырья способствует разработке технологий экстрактов и концентратов, в том числе поликомпонентных, и на их основе – концентратов для напитков, производимых индустриальным способом.

Способ извлечения компонентов сырья жидким диоксидом углерода или органическими растворителями позволяет максимально обогащать экстракты определенной группой природных соединений, многие из которых или практически не растворяются в воде, или имеют целевое использование, например в фармацевтическом производстве.

Литература

1. Кислухина О.В. Ферменты в производстве пищи и кормов. – М.: ДеЛи принт, 2002. – 336 с.
2. Дымова А.Ю. Здоровые функциональные напитки // Пиво и напитки. – 2001. – № 1. – С. 38–39.